PROFIL

nr 7/8 (98/99) lipiec/sierpień 2001
ISSN 1427-8995

• Serwis WAP Idea • Skarby polskiej natury • Muzyka w sieci •

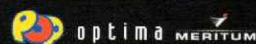


Idea
blisko życia

W poszukiwaniu nowych dróg nigdy nie zapominamy o Tobie.
Oferujemy Ci najnowsze osiągnięcia w postaci prostych i funkcjonalnych rozwiązań. Po to, żebyś mógł z nich korzystać na co dzień.
Szanujemy Twoją **niezależność**.



Ciągle nowe pomysły



www.idea.pl 0 800 123456

Szanowni Państwo,

Nadeszły wymarzone, tak długo oczekiwane wakacje. Z programem Idea Profit na pewno będą udane. Przygotowaliśmy dla Państwa wiele atrakcyjnych promocji. Dzięki ofercie „Przeleć się po punkty" można znacząco powiększyć stan swojego konta punktowego w programie. Wraz ze Stena Line zapraszamy na morską przygodę – rejs promem dla całej rodziny posiadacza karty Idea Profit. „Minuty za punkty", to nowa oferta w programie Profit, umożliwiająca zamianę swoich punktów na dodatkowe minuty. Ponadto uczestnicy programu Idea Profit, którzy do końca sierpnia kupią dodatkowy telefon w ofercie Idea Optima, otrzymają 1500 dodatkowych punktów programu. W lipcowym numerze „Profil-u" znajdą Państwo jeszcze wiele innych, ciekawych ofert naszych profitowych Partnerów.

W dziale „Idea mobile" prezentujemy dwie, dostępne w naszej sieci, usługi, które przydadzą się podczas wakacyjnych wojaży – „Moja WAP Idea" i „Poczta elektroniczna Idea.net". Na Abonentów sieci NMT czeka z kolei, promocyjna oferta sieci Idea.

Letnim „Tematem miesiąca" są polskie parki narodowe. W artykule „Najlepsze skrawki Ziemi" poznają Państwo miejsca, do których dotarło niewielu turystów. Te mało znane przez Polaków skarby natury budzą podziw i zazdrość przybyszów z zagranicy.

W „Idea w sieci" zapraszamy do lektury dwóch artykułów. W pierwszym poruszane są kwestie związane z muzyką w sieci – popularne mp3 – i ochroną praw autorskich. Natomiast o internetowych serwisach turystycznych piszemy w „Kliknij, zarezerwuj, poleć". Tym z Państwa, którzy jeszcze nie zdecydowali, gdzie wybrać się na wypoczynek, proponujemy artykuł „Klucze do Andaluzji".

Życzymy miłej lektury,
Redakcja

WYDAWCA: Polska Telefonia Komórkowa Centertel sp. z o.o.

REDAKCJA: Biuro Komunikacji Marketingowej PTK

REDAKTOR NACZELNY: Iwona Zabielska

REDAKCJA: Agnieszka Guzek

WSPÓŁPRACOWNICY: Małgorzata Węgrzecka, Artur Stadnik

KOREKTA: Irena Szewczyk

PROJEKT OKŁADKI: Piotr Lichwierowicz

REKLAMA: tel. (0-22) 656 14 44 Iwona Syperek w. 1322 Paweł Bodzon w. 1323

OPRACOWANIE GRAFICZNE: Jurek Wasiukiewicz

ADRES REDAKCJI: ul. Skierniewicka 10a 01-230 Warszawa TEL. (0-22) 656 15 97, FAKS (0-22) 656 14 44 w. 1906

DRUK: Prasowe Zakłady Graficzne, Bydgoszcz

Redakcja nie ponosi odpowiedzialności za treść zamieszczonych reklam.

Program Idea Profit
Oferty Partnerów



6 Minuty za punkty

7 Optymalna oferta
– 1500 dodatkowych punktów

8 Wielkopolski Bank Kredytowy SA i Bank Zachodni S. A.

10 Przeleć się po punkty

11 Stena Line
– morska przygoda dla 4 osób!

12 Przypominamy...

14 Nowe oferty naszych partnerów

15 Atomowa rozgrywka

mobile



16 Telefony z klasą
– wzornictwo przemysłowe

18 Moja WAP Idea

19 Poczta elektroniczna Idea.net

20 Specjalna ofera sieci Idea dla Abonentów sieci NMT

21 Co nowego?
– Big Brother – zgłoszenia do drugiej edycji

temat miesiąca
POLSKIE PARKI NARODOWE

22 Najlepsze skrawki Ziemi



w sieci

30 Cyfrowa biblioteka
– recenzje programów multimedialnych

31 Kliknij, zarezerwuj, poleć
– internetowe serwisy turystyczne







32 Muzyka w sieci autorskich praw

■ MINI INFORMATOR ■

Informacja handlowa: 0-800 123456
– połączenie bezpłatne z dowolnego aparatu (w sieci Idea, NMT i stacjonarnej)

Biuro Obsługi Klienta: *22
– połączenie bezpłatne z tel. kom. (tylko na terenie Polski)
– dla użytkowników POP połączenie płatne wg cennika

501 100 100 – połączenie bezpłatne w sieci Idea
– dla użytkowników POP połączenie płatne wg cennika

(0)22 634 28 82 – numer stacjonarny, połączenie płatne

+48 22 634 28 82 lub **+48 501 100 100**
– numery dla Abonentów, przebywających za granicą

Biuro Obsługi Programu Idea Profit:
***300** – połączenie z telefonu w sieci Idea lub NMT
+48 501 400 300 – połączenie z dowolnego telefonu

Informacja o numerach Abonentów PTK Centertel i numerach kierunkowych
***123** – z telefonu komórkowego
501 200 123, 90 200 123 – połączenie z dowolnego telefonu

PTK Centertel w Internecie:
www.idea.pl
– strona domowa sieci Idea
- oferta Idea Optima, Meritum i POP,
- promocje, usługi dodane, taryfy, telefony, roaming
- interaktywna mapa zasięgu
- sklep internetowy (sprzedaż aktywacji, aparatów, usługi POP)
- bramka SMS
- informacje o firmie



www.centertel.pl
– strona poświęcona analogowej sieci Centertel NMT (odnośnik do strony www.idea.pl pozwala korzystać m.in. z mapy zasięgu)

idea kulturalna

34 Co nowego w kinach i na DVD

35 Nowości płytowe

36 Nowości wydawnicze

po godzinach

37 Od słowa do słowa
– felieton

38 Klucze do Andaluzji

40 Moda ziemi obiecanej



42 Kuchnia pod chmurką
– uroki grillowania





MINI INFORMATOR

Głosowo-faksowe serwisy informacyjne

Serwis informacji handlowej PTK Centertel o sieci Idea
501 234 234, 90 234 234
- telefony (*15)
- usługi dodane (*115)
- ceny i promocje (*120)
- roaming międzynarodowy (*125)
- usługa POP (*130)

Wirtualny Serwis Ekonomiczny PTK Centertel i firmy Prorexim
501 213 213, 90 213 213
(internet: **www.prorexim.com.pl**)
- kursy walutowe (*15)
- oprocentowanie depozytów bankowych (*110),
- oprocentowanie kredytów bankowych (*115)
- serwis giełdowy (*125)

Serwis internetowy: 501 70 70 70
Internet w sieciach NMT i Idea

Serwis informacyjny o SMS
501 277 277
- krótkie wiadomości SMS w sieci Idea (*110)
- wysyłanie SMS-ów (*120)
- odbieranie SMS-ów (*130)
- dlaczego warto czytać SMS-y (*140)
- serwisy informacyjne oparte o funkcje SMS (*150)
- pakiet serwisów PAP (*151)
- serwis „Kursy walut Pekao S.A." (*152)
- serwis „Lotto-SMS" (*153),
- wysyłanie SMS-ów do Internetu (*160)
- usługi Internet-SMS i Idea-Email (*170)
- opłaty (*180)

Horoskop Agnieszki
501 200 175, 90 200 175
Baran (*11)
Byk (*12),
Bliźnięta (*13)
Rak (*14)
Lew (*15)
Panna (*16)
Waga (*17),
Skorpion (*18)
Strzelec (*19)
Koziorożec (*110)
Wodnik (*111)
Ryby (*112)

Dostęp do Internetu
***888** lub **501 80 80 80**
w roamingu +48 501 80 80 80

CENTRUM IDEA



Warszawa, Pl. Konstytucji 6
tel. 628 84 52,
faks 628 84 53 do 54
e-mail: idea.centrum@centertel.pl

Salony sprzedaży



WARSZAWA
ul. Pańska 57/61, tel. 656 15 54, faks 656 15 06;
Al. Niepodległości 24/30, tel. 656 15 54, 853 34 10, 656 34 15, faks 853 34 20;
ul. Okrzei 34, tel. 656 15 54, 670 16 50, 670 24 60, 670 23 88, faks 670 23 60.

BYDGOSZCZ
ul. Gdańska 67, tel. 321 12 12, 321 24 33, faks 321 29 67.

GDAŃSK
ul. Tkacka 9/10, tel. 301 00 21, 301 14 14, faks 301 51 13.

GDYNIA
ul. Świętojańska 87, tel. 620 22 22, faks 620 21 21.

LUBLIN
ul. Chopina 11, tel. 534 55 30, 743 64 80, 743 63 72, 0-501 200 600, faks tonowo 534 55 65.

ŁÓDŹ
ul. Piotrkowska 232, tel. 639 96 95 i tonowo: 10 lub 11 – salon, 20 – przedstawiciele handlowi, 60 lub 61 – serwis, 94 – faks.

KATOWICE
ul. Graniczna 29, tel. 256 40 18, 256 40 34, faks 256 15 49.

KRAKÓW
ul. Piłsudskiego 22, tel. 421 65 76, faks 421 64 88;
ul. Starowiślna 62, tel. 422 29 59, faks 422 26 83.

OLSZTYN
ul. Dąbrowszczaków 8/9, tel. 535 05 04, faks 534 97 53.

POZNAŃ
ul. Wierzbięcice 9, tel. 835 88 88, faks 833 79 80.

RZESZÓW
ul. Kopernika 12, tel. 8 500 600, faks 8 500 620.

SOSNOWIEC
ul. 3-go Maja 30, tel. 292 50 44, faks 292 50 33.

SZCZECIN
ul. Kaszubska 52, tel. 488 40 61-64 i tonowo: 103 – salon, 115 – serwis, 114 – przedstawiciele handlowi, 40 – faks;
ul. Bolesława Krzywoustego 65, tel. 433 04 49, 433 94 58, 433 94 86, 433 93 07 i tonowo: 101 – salon, 110 – faks.

TORUŃ
ul. Rynek Staromiejski 24, tel. 621 10 90, faks 621 10 92.

WROCŁAW
ul. Odrzańska 25, tel. 344 71 66 i tonowo: 101 – salon, 202 – serwis, 121 – przedstawiciele handlowi, 111 – faks;
ul. Piłsudskiego 13, tel. 346 00 10 i tonowo: 101, 102, 103 – salon, 110 – faks.



Minuty za punkty

Już od lipca 2001 nowa oferta w programie Idea Profit!

Teraz punkty Profit zgromadzone na Twoim koncie w programie możesz wymienić na dodatkowe minuty.

Aby skorzystać z oferty **„Minuty za punkty"** wystarczy wysłać **SMS** pod numer **300** z komendą **PAKIET 10** (PAKIET 20, 60, 120 lub 180) – cyfra przy słowie „PAKIET" oznacza liczbę minut dostępnych w Pakiecie Idea Profit.

Nazwa pakietu/ treść SMS na nr 300	Liczba „zakupionych" minut w Pakiecie Idea Profit	Wartość Pakietu Idea Profit w punktach PROFIT
PAKIET 10	10	300
PAKIET 20	20	500
PAKIET 60	60	1400
PAKIET 120	120	2300
PAKIET 180	180	3000

Np. **SMS** wysyłany pod numer **300** z komendą **PAKIET 60** oznacza, że deklarujesz wymianę posiadanych 1400 punktów Profit na 60 dodatkowych minut. Po pozytywnej weryfikacji i odjęciu wartości zakupionych minut w punktach Profit, otrzymasz w formie **SMS potwierdzenie realizacji zlecenia**, a Twój limit połączeń **wzrośnie** o zakupiony Pakiet minut. W przypadku braku odpowiedniej liczby punktów na koncie, otrzymasz SMS z informacją o niemożliwości realizacji zamówienia. Zakupiony Pakiet minut będziesz mógł wykorzystać po wyczerpaniu limitu bezpłatnych minut dostępnych w abonamencie. **Niewykorzystane** minuty z PAKIETU IDEA PROFIT **przechodzą w ramach kapitału minut** na następny miesiąc.

Aby sprawdzić...

- ...stan konta punktowego w programie Idea Profit, wyślij **SMS** z komendą **SALDO** pod numer **300**
- ...ile bezpłatnych minut pozostało do wykorzystania w danym cyklu rozliczeniowym, wyślij **SMS** z komendą **ILE** pod numer **333** lub zadzwoń pod numer ***533**

*Opłaty za wysłanie SMS-a i połączenie z numerem *533 zgodnie z cennikiem usług telekomunikacyjnych PTK Centertel Sp. z o.o.*

- Oferta „Minuty za punkty" dostępna jest dla wszystkich Uczestników programu Idea Profit posiadających telefon w ofercie Idea Optima
- W przypadku Uczestników programu, będących Abonentami z planem taryfowym Idea 50/150 i pochodnych, warunkiem skorzystania z oferty jest zmiana planu taryfowego na dowolnie wybrany plan Idea Optima
- Oferta nie dotyczy NMT, POP i Meritum
- Nie ma możliwości łączenia punktów zgromadzonych na różnych kontach w programie
- Szczegółowe warunki oferty „Minuty za punkty" określa Regulamin dostępny w siedzibie PTK Centertel oraz w internecie na stronie www.idea.pl

Telefony Programu: *300 (połączenie z tel. sieci Idea) lub +48 501 400 300, www.idea.pl

Czy rozmawiasz przez telefon **w sieci Idea?**

Czy jesteś Uczestnikiem **programu Idea Profit?**

Czy interesuje Cię kupno **dodatkowego telefonu w ofercie Idea OPTIMA?**

Jeżeli tak, to z pewnością zainteresuje Cię **nasza...**

Optimalna oferta

1500 dodatkowych punktów

dla każdego Uczestnika programu Idea Profit, który w okresie **01.07 - 31.08.2001 r.** kupi dodatkowy telefon w ofercie Idea OPTIMA. Aby skorzystać z promocji wystarczy wysłać **SMS** pod numer **400**, podając w treści SMS numer aktywowanego telefonu.

Np. SMS wysłany pod numer 400 o treści 501 400 300 oznacza, że Twój nowy numer w ofercie Idea Optima to 501 400 300. Przypisanie punktów, po pozytywnej weryfikacji Uczestnika programu, nastąpi: za lipiec - do 15.08.2001, za sierpień - do 15.09.2001. Wiadomość o przyznaniu punktów zostaje przekazana w formie SMS.

- Oferta nie dotyczy NMT i Idea 50/150
- Szczegółowe zasady promocji „Optymalna oferta" określa Regulamin dostępny w siedzibie PTK Centertel oraz w internecie na stronie www.idea.pl
- Uczestnik programu może zdobyć punkty w promocji za zakup maksymalnie 3 telefonów
- Umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych musi być zawarta na imię i nazwisko Uczestnika programu, a w przypadku firm na to samo konto abonenckie

dajemy Ci więcej

IDEA
ciągle nowe pomysły



Wielkopolski Bank Kredytowy SA i Bank Zachodni S.A.

razem!

13 czerwca br. odbyło się formalne połączenie obu banków. Powstał piąty pod względem wielkości aktywów bank w Polsce – Bank Zachodni WBK S.A. Bank posiada sieć 419 placówek i 523 bankomatów w całym kraju, a dominującą pozycję zajmuje w zachodniej i południowo-zachodniej Polsce. Połączenie obu banków aktywnie wspiera ich wspólny inwestor strategiczny – irlandzka grupa Allied Irish Banks, największy bank w Irlandii.

Korzyści wynikające z połączenia BZ i WBK odczują przede wszystkim Klienci obu banków, którzy mają dostęp do większej sieci oddziałów i bankomatów. Zgodnie z założeniami, do końca 2002 roku, do dyspozycji Klientów Banku Zachodniego WBK będzie 530 oddziałów i 640 bankomatów. Klienci zyskają także dostęp do bogatszej i nowocześniejszej oferty produktów i usług.







W związku z fuzją zmieniły się również zasady wydawania i używania karty kredytowej Visa BZ WBK Idea Profit. Mamy przyjemność przedstawić Państwu szczegóły nowej, atrakcyjniejszej oferty skierowanej do wszystkich Uczestników programu Idea Profit.

Przypomnijmy, karta kredytowa Visa BZ WBK Idea Profit to płatnicza karta kredytowa i karta programu Idea Profit w jednym. Posiadacz tej karty korzysta z zalet płatniczej karty kredytowej i dodatkowo ze wszystkich przywilejów wynikających z uczestnictwa w programie Idea Profit. Karta kredytowa Visa BZ WBK Idea Profit, tak samo jak tradycyjna karta kredytowa, daje możliwość regulowania płatności bez potrzeby posiadania własnych środków. Nie posiadając zatem własnych środków finansowych można nią płacić za zakupy i wypłacać gotówkę z bankomatów. Dotychczasowi Posiadacze kart Visa WBK Idea Profit korzystają ze swojej karty do końca okresu jej ważności i przysługują im takie same przywileje jak właścicielom kart Visa BZ WBK Idea Profit, w tym dostęp do większej sieci oddziałów i bankomatów.

Uwaga: limit kredytowy na karcie jest nieoprocentowany do 51 dni! To pierwsza zmiana na lepsze! **Kolejne to obniżenie ceny karty** – do 58 złotych oraz możliwość wydania aż **trzech kart dodatkowych** dla dowolnie wybranych osób! To jeszcze nie wszystko! Przy użyciu karty dodatkowej również zdobywa się punkty PROFIT - są one dopisywane do konta punktowego Uczestnika programu, dokładnie na tej samej zasadzie, jak punkty zdobyte przez niego! Nowością są również – ta wiadomość z pewnością ucieszy Użytkowników POP – **dodatkowe punkty PROFIT za doładowanie konta w POP-ie przez bankomat WBK!**

Prawda, że nasza oferta jest jeszcze atrakcyjniejsza? Jeżeli jeszcze nie jesteś przekonany zapraszamy na nasze strony internetowe: **www.idea.pl** oraz **www.bzwbk.pl** lub do odwiedzenia najbliższej placówki Banku Zachodniego WBK lub punktu sprzedaży Idea. Znajdziesz tam odpowiedzi na wszystkie pytania związane z kartą kredytową Visa BZ WBK Idea Profit. Kartą, którą naprawdę warto mieć!

BZ WBK | Bank Zachodni WBK S.A.

Telefony Programu: *300 (połączenie z tel. sieci Idea) lub +48 501 400 300, www.idea.pl

PROMOCJA



łączy z ludźmi

(całą dobę przez bankomat)

Latem opłaca się ładować przez bankomat.

Każdy, kto od 1 czerwca do 31 sierpnia 2001 doładuje konto w POPie przez bankomat sieci Euronet, PBK oraz BZ WBK24, dostanie w prezencie dodatkowy limit. Doładowanie konta za 50 zł to limit w wysokości **60 zł**, a doładowanie za 100 zł daje aż **135 zł** limitu!

Co więcej, od 1 lipca do 30 września 2001 Uczestnicy programu Idea PROFIT otrzymają aż **75 punktów PROFIT** za doładowanie konta za 50 zł i aż **150 punktów PROFIT** za doładowanie konta za 100 zł!



bezpłatna infolinia: 0 800 123456

www.idea.pl

w sieci IDEA





Przeleć się po punkty

Zarezerwuj bilet

przez internet www.idea.pl/idea/profit (szukaj w rozdziale „Katalog Partnerów")

i wykup bilet w okresie **15.07 - 30.09.2001 r.** z 5% rabatem!

Specjalne punkty programu Idea PROFIT

za połącznie z następującymi punktami na mapie:

EUROPA	1000 punktów
AMERYKA Pn.	1500 punktów
AFRYKA	1500 punktów
AZJA	2000 punktów
AMERYKA Pd.	2000 punktów
AUSTRALIA	2500 punktów



- Przypisanie punktów po pozytywnej weryfikacji Uczestnika programu nastąpi: za lipiec - do 15.08.2001, za sierpień - do 15.09.2001, za wrzesień - do 15.10.2001
- Wiadomość o przyznaniu punktów zostanie przesłana w formie SMS
- Promocja łączy się ze stałą ofertą KLM dla Uczestników programu Idea Profit
- Szczegóły Promocji dostępne są w Biurach KLM

Telefony Programu: *300 (połączenie z tel. sieci Idea) lub +48 501 400 300, www.idea.pl

Za jedyne
100 zł
rejs
morska przygoda
dla 4 osób!

Z kartą Idea Profit -
wakacyjne rejsy promem dla całej rodziny za jedyne 100 zł.

Wystarczy być Posiadaczem karty Idea Profit, aby wraz z rodziną lub przyjaciółmi (do 4 osób) za 100 zł popłynąć w rejs promem m/v Stena Europe, kursującym z Gdyni w dniach **24.06 -29.08.2001 r.**

Rejs trwa cały dzień i całą noc. Wypłynięcie z terminalu promowego w Gdyni codziennie w dniach 24.06 - 29.08.2001 o 9.00, powrót następnego dnia o 7.00.

Do dyspozycji gości: • kabiny 2 osobowe wyposażone w toaletę, prysznic i klimatyzację • restauracje • bary • sklep wolnocłowy • dancing • dyskoteka • dla dzieci specjalny przedpołudniowy program rozrywkowy.

Niezbędne jest posiadanie ważnego paszportu.
Do ceny rejsu należy doliczyć 8 zł dopłaty paliwowej na osobę.
Informacje oraz rezerwacje biletów: tel. (58) 660 92 00

Idea Profit i Stena Line zapraszają!



Stena Line

dajemy Ci więcej

IDEA
ciągle nowe pomysły



Przypominamy...

...o pozostaniu wiernym swojej Idei... Dzięki nowej ofercie „Zostańmy razem" można zmienić swój telefon na nowy! Dodatkowo w pakiecie Zestaw StartPOP! Szczegółowy opis oferty oraz listę telefonów dostępną w pakietach promocyjnych zamieściliśmy w czerwcowym wydaniu magazynu PROFIL. Informacje na temat oferty „Zostańmy razem" znajdziesz także w internecie na stronie **www.idea.pl** oraz pod numerem telefonu **501 400 400** (od poniedziałku do piątku w godz. 8-20, opłata 0,50 zł netto niezależnie od długości trwania połączenia – nie dotyczy POP i NMT), a także pod numerami telefonów programu: ***300** (połączenie z telefonów w sieci Idea) i **+48 501 400 300** (z każdego innego telefonu).

...o punktach za 12 miesięcy wstecz... Każdy Abonent, który przystąpi do programu Idea Profit **do 31.07.2001 r.** otrzyma dodatkowo wszystkie punkty wynikające z faktur opłaconych w okresie ostatnich 12 miesięcy.

...o „Błękitnych wakacjach"... Wszystkim Uczestnikom programu Idea Profit, wybierającym się na letnie wakacje, gorąco polecamy promocję wybranych, typowo wakacyjnych produktów z katalogu Błękitni.
Promocja trwa od 1.06. do 31.08. 2001 r. lub do wyczerpania zapasów objętych nią produktów.

...i o ofercie Cyfry+ **Od 1.06 do 31.08.2001 r.** dla Uczestników programu Idea Profit: aktywacja 0 zł, antena satelitarna 0 zł, kaucja 0 zł.



Wszędzie z **Tobą**

Kiedy leżysz na plaży i gdy przemierzasz górskie szlaki. Kiedy jedziesz polną drogą i gdy mkniesz po autostradzie. Kiedy odpoczywasz i kiedy pracujesz. Nawet wtedy, gdy myślami jesteś zupełnie gdzieś indziej. W każdej chwili i w każdej sytuacji masz zawsze zasięg i cyfrową jakość połączeń w sieci Idea.





www.idea.pl 0 800 123456

Zapraszamy do skorzystania z nowych ofert naszych Partnerów!



Sobieskiego czas zacząć...





Wykorzystaj **25%** rabat dla Uczestników programu Idea Profit!

Weź udział w wieczorach z polskim folklorem w hotelu Jan III Sobieski w dniach **01.07 - 31.08.2001 r.** w godz. 19.00 - 22.30.

Wystarczy okazać kartę. Życzymy dobrej zabawy!



Holiday Inn®
WROCŁAW

IDEA PODWYŻSZONEGO STANDARDU

Nowa jakość dla Uczestników programu Idea Profit!

- Każdy Uczestnik programu Idea Profit, który w dniach **01.07 - 31.08.2001 r.**, za okazaniem karty IDEA PROFIT, dokona rezerwacji pokoju w hotelu HOLIDAY INN Wrocław, otrzyma podwyższony standard pokoju (pokój executive) w standardowej cenie pokoju rezerwowanego.
- Dodatkowo, każdy Uczestnik programu, wynajmujący pokój, otrzyma w trakcie pobytu zaproszenie do Executive Club hotelu HOLIDAY INN.
- W przypadku braku wolnych pokoi executive w rezerwowanym terminie, Uczestnik programu otrzyma pokój dwuosobowy w cenie pokoju rezerwowanego oraz zaproszenie do Executive Club w trakcie pobytu w hotelu.

Życzymy miłego pobytu.
HOLIDAY INN Wrocław czeka!



Kwiaty z rabatem





W dniach: **1.07 - 31.08.2001 r.**
wyślesz kwiaty za granicę o **10%** taniej
(niezależnie od koloru karty Idea Profit)
Nie przegap tej szansy!
POCZTA KWIATOWA - INTERFLORA
tel. 502 111 222

Holiday Inn Wrocław
ul. Piłsudskiego 49/57
50-030 Wrocław

tel. (71) 787 0000
fax (71) 787 0001
e-mail: rsvn@wroclaw.holidayinn

W programie Idea Profit jest już ponad **200 Partnerów** i ponad **800** punktów handlowych, w których możesz skorzystać z ofert na kartę Idea Profit!



kręgle • gry • imprezy

ATOMOWA roz(g)rywka

Od 1.07 do 31.08.2001 r. w każdą środę w godz. 18⁰⁰-22⁰⁰:

- W czasie trwania promocji **„Atomowa roz(g)rywka"** **pierwszych 5 Uczestników** programu Idea Profit, którzy kupią 1 godzinę lub pięć gier w kręgle, po okazaniu karty programu Idea Profit otrzyma **kurtkę POP**
- W tym samym czasie na wydzielonym torze rozgrywany będzie dostępny dla wszystkich **Turniej Profit**
- Nagrodami w Turnieju Profit są **kurtki POP**
- **Dodatkowo:** przy zakupie 1 godziny lub pięciu gier w kręgle, po okazaniu karty Idea Profit, każdy Uczestnik programu otrzyma kupon na 2 gry w kręgle gratis. Darmowy kupon można zrealizować natychmiast!

Atomic zaprasza:

Warszawa **Galeria Mokotów,** ul. Wołoska 12, tel. (22) 543 94 10
Promenada, ul. Ostrobramska 75c, tel. (22) 514 08 10

Kraków **Zakopianka,** ul. Zakopiańska 62, tel. (12) 290 86 10

Szczegółowy Regulamin promocji dostępny jest w Atomic Centrum Rozrywki

dajemy Ci więcej

IDEA
ciągle nowe pomysły

Telefony komórkowe dawno przestały być postrzegane jako dobro luksusowe. Podobnie, jak w przypadku modeli samochodów, o popularności nowego terminalu decyduje nie tylko jego funkcjonalność. Coraz większą wagę przykłada się do wzornictwa i niebanalnych rozwiązań stylistycznych.

TELEFONY Z KLASĄ

JACEK KOBA

Jeszcze kilka lat temu większość dostępnych modeli analogowych telefonów komórkowych wyglądała dość podobnie. Charakteryzowały je duże gabaryty, małe wyświetlacze i proste kształty. Wraz z postępem technologicznym (m.in. uruchomienie systemu GSM) zmniejszyły się rozmiary aparatów i waga, natomiast powiększyły wyświetlacze. Z czasem zaczął się rysować wyraźny podział telefonów na segmenty: od podstawowych modeli przeznaczonych dla początkujących użytkowników, do miniaturowych, zaawansowanych technologicznie urządzeń wyposażonych w najnowocześniejsze rozwiązania funkcjonalne. Wykonane z dobrych gatunkowo materiałów, aparaty z „wyższej półki", oprócz małych rozmiarów, wyróżniają się wysublimowanymi kształtami oraz ciekawym i różnorodnym wzornictwem.

Nie tylko funkcjonalność

W historii wzornictwa telefonów komórkowych dostrzec można pewne trendy. Podczas gdy wymiary aparatu malały, powiększały się rozmiary wyświetlaczy. Pojawiły się również nowe klawisze nawigacyjne, typu joystick oraz pokrętła, itd. Producenci zaczęli proponować klientom kolorowe, wymienne obudowy oraz akcesoria bezpośrednio współpracujące z terminalami, np.: zestawy słuchawkowe czy podstawki ładowarek biurkowych.

Każdego roku do sprzedaży wprowadzane są nowe telefony komórkowe i cykl życia danego modelu drastycznie się skrócił. Producenci prześcigają się w oferowaniu coraz atrakcyjniejszych wzorów. Dużą popularnością wśród klientów cieszyły się wprowadzone ostatnio na rynek telefony z wbudowaną anteną wewnętrzną i dużym wyświetlaczem, koniecznym przy technologii WAP. Producenci terminali dokładają wszelkich starań, aby to ich marka była postrzegana jako synonim jakości, innowacji i stylu. Dlatego wielu z nich korzysta obecnie z usług wyspecjalizowanych firm z branży wzornictwa przemysłowego.

Osoby, które po raz pierwszy kupują telefon komórkowy zazwyczaj nie przykładają wagi do funkcji dodatkowych. Istotna jest dla nich sama możliwość komunikowania się z dowolnego miejsca i często, to estetyka danego modelu decyduje o zakupie. Oczywiście, istnieje również segment odbiorców, którzy poszukują produktów o najwyższej jakości. Posiadane przedmioty traktują jako dodatek do ubioru, niemal jak biżuterię. Z jednej strony szukają nietuzinkowych rozwiązań stylistycznych, z drugiej, często poddają się modzie, a ta jak wiadomo jest zmienna.

Najlżejsze i najmniejsze

Wzornictwo telefonów komórkowych dominujące w Stanach Zjednoczonych czy Azji, jest zupełnie odmienne od europejskiego. Na przykład w Japonii największą popularnością cieszą się telefony w kolorach srebrnym i różowym (!), które dodatkowo wyposażone są w migające diody. Natomiast w Stanach Zjednoczonych wszystkie terminale muszą mieć antenę zewnętrzną. Mile widziana jest też klapka zakrywająca klawiaturę.

Aby osiągnąć przewagę nad konkurencją, projektanci prześcigają się w wymyślaniu coraz bardziej funkcjonalnych i łatwiejszych w obsłudze terminali. Czasami, pewne cechy zewnętrzne, które wyróżniają dany model, sprawiają, że użytkownicy przypisują mu własną nazwę, zamiast oficjalnego oznaczenia producenta. Tak było w przypadku Nokii 8110 i 8148, potocznie nazywanych „bananami" ze względu na zaokrąglony kształt i wysuwanych klapek. Z kolei model Nokia 6130 zwany był „kameleonem". Zawdzięczał tę nazwę specyficznej kolorystyce obudowy,



która zmieniała barwę w zależności od kąta padania światła. Takie nietypowe rozwiązania czynią telefon lepiej rozpoznawalnym przez szerokie rzesze „komórkowców". Dzięki nim terminale stają się tematem opiniotwórczych opracowań prasy branżowej i nie tylko. Prowadzi to w konsekwencji do zwiększenia popularności wśród nabywców. Najwięcej emocji budzą telefony będące same dla siebie klasą w kategorii: najlżejszy i najmniejszy telefon na świecie. Każdy producent twierdzi, że to właśnie jego „cudo" techniki pretenduje do tego miana. Posiadanie tytułu „naj" nie trwa długo. Jednak tych kilka miesięcy, kiedy jest się na topie, wystarcza by pod skrzydłami sztandarowego produktu móc zareklamować swoja markę, a przy okazji zwiększyć sprzedaż pozostałych modeli z niższych segmentów.

Komórkowa stylistyka

Aby sprostać wymogom rynku, działy specjalizujące się w projektowaniu telefonów komórkowych, podobnie jak to dzieje się np. w branży motoryzacyjnej czy audio-video, intensywnie szukają inspiracji dla kolejnych generacji terminali. Jednocześnie starają się zachować pewną ciągłość we wzornictwie, tak aby patrząc na nowy telefon, klient kojarzył kształt, czy też pewne elementy wykończenia obudowy z daną marką. Chcąc przyciągnąć uwagę potencjalnych nabywców, producenci starają się, żeby ich oferta trafiła w zmieniający się gust użytkowników z różnych segmentów rynku. Kreatywne wzornictwo i ergonomiczne kształty pozwalające na łatwą obsługę są równie istotne, jak innowacyjne technologie i nowatorskie funkcje dostępne w menu aparatów.

Nad projektowaniem telefonów pracują dziś sztaby ludzi. Jest to odrębna dziedzina, którą zajmują się styliści, projektanci, analitycy rynku i graficy, a nawet projektanci wnętrz czy architekci. Na przykład firma Siemens korzysta z usług spółki Designafairs, która została wyodrębniona z jej struktur i obecnie świadczy usługi w zakresie projektowania wszystkich produktów tego i innych koncernów.

W szerokiej gamie modeli telefonów komórkowych dostrzec można różnorodne kształty i wzornictwo. Aparaty podstawowe cechują się raczej prostymi kształtami, plastikową obudową i większymi rozmiarami. Im wyższa klasa telefonu, tym bardziej wyszukane wzornictwo, ciekawe dla oka kształty, wyrafinowane materiały. Uważny obserwator zauważy jednak pewne cechy charakterystyczne modeli danej firmy. Detale zazwyczaj identyfikują producenta w takim samym stopniu, jak sama nazwa marki. Przykładem takiej ciągłości stylistycznej są: okrągły deseń nad wyświetlaczem w telefonach Siemens, ozdobny element w kształcie litery „U" w modelach firmy Nokia, konserwatywne, ostre kształty terminali Ericssona. Pomimo zmieniających się technologii, kolejne generacje telefonów komórkowych tych producentów wykazują wiele cech wspólnych z ich poprzednikami.

Wzornictwo jutra

Wzornictwo telefonów bezprzewodowych ewoluuje w kierunku zgodnym z tendencjami obowiązującymi dla całej gamy przedmiotów codziennego użytku, jak: meble, artykuły dekoracyjne, a w szczególności wszelkie urządzenia elektryczne i elektroniczne. Dlatego projektanci, szukając inspiracji, dokładnie analizują estetykę produktów użytkowych i zwracają uwagę na zmieniające się trendy we wzornictwie. Z uwagą obserwuje się poczynania konkurencji w zakresie stylistyki podobnych produktów. Równolegle z analizowaniem trendów we wzornictwie, projektanci ściśle współpracują z działem badań i rozwoju (R&D), który przekazuje informacje na temat specyfikacji technicznej i funkcjonalnej nowych produktów. Określa się szczegółowe parametry profilu użytkownika oraz definiuje pewne detale wyglądu zewnętrznego aparatu, takie jak np.: antena wewnętrzna, określona liczba przycisków na klawiaturze czy rozmiar i rodzaj baterii. W oparciu o te dane powstają wstępne koncepcje wzorów nowych telefonów, które zostają poddane ocenie w badaniach rynkowych. Wyniki paneli badawczych dostarczają dodatkowych informacji na temat preferencji potencjalnych klientów z grup celowych. Zwycięskie projekty zostają dopracowane zgodnie z uwagami i komentarzami oceniających. Zazwyczaj przeprowadza się jeszcze dodatkowe badania, w których uczestniczą przedstawiciele operatorów oraz profesjonaliści z branży. Zatwierdzone projekty są pilnie strzeżoną tajemnicą, która ujawniana jest tylko na specjalnych pokazach, np. podczas targów branżowych CeBit w Hanowerze.



Moja WAP Idea to spersonalizowany serwis WAP, dostosowany przez użytkownika do jego potrzeb. Z serwisu można korzystać od 4 czerwca 2001 r.

Moja WAP Idea

A. G.

Aby skorzystać z serwisu „Moja WAP Idea", wystarczy połączyć się z serwisem WAP Idea (przy ustawieniach WAP sieci Idea) i zarejestrować się. System rozpoznaje numer telefonu i przy pierwszym połączeniu z serwisem, do użytkownika przychodzi SMS-em hasło potrzebne do zalogowania się do serwisu „Moja WAP Idea" poprzez stronę internetową http://www.idea.pl

Personalizacja (Moja WAP Idea) poprzez telefon WAP

Użytkownik, posiadający telefon WAP, może w prosty sposób spersonalizować swój serwis, czyli:

- tworzyć swój własny zestaw linków/serwisów WAP, ich strukturę i dowolnie zmieniać ich nazwy – oznacza to, iż w menu „Moja WAP Idea" użytkownik będzie miał stworzony swój własny zestaw serwisów,
- zmieniać tekst powitalny (dodawać opcje przewidziane przez sieć Idea, dodawać własne treści),
- dodawać serwisy z Katalogu, jak również dodawać linki do znanego adresu,
- zmieniać hasło dostępu do „Moja WAP Idea",
- ustawiać przypomnienia SMS poprzez „Powiadomienia SMS-owe".

Większość operacji jest wykonywana poprzez użycie klawisza funkcyjnego w telefonach „Options/Opcje".

Personalizacja (Moja WAP Idea) poprzez www

Po wejściu na stronę internetową www.idea.pl, link wap idea, a następnie link Moja WAP Idea, jeśli użytkownik jest już zarejestrowany w serwisie i zna swoje hasło, powinien kliknąć na „LOGOWANIE", wtedy system poprosi o podanie numeru telefonu i hasła.

Jeśli użytkownik jeszcze nie zarejestrował się, powinien wejść poprzez telefon WAP do serwisu WAP Idea. System wyśle SMS-em do użytkownika hasło. Zapominalscy mogą skorzystać z opcji „PRZYPOMNIENIE HASŁA".

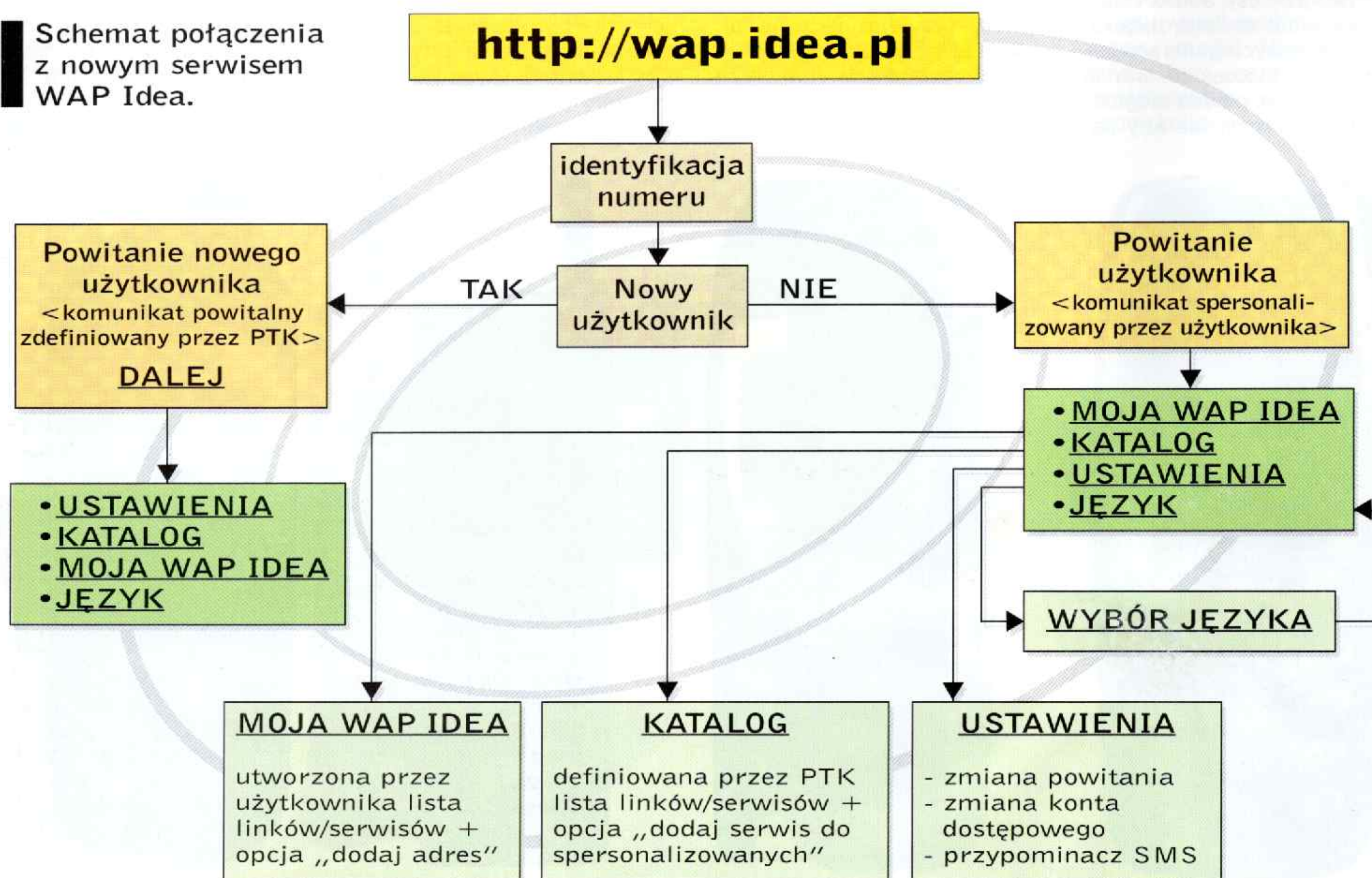
Po zalogowaniu się na stronie www, użytkownik może spersonalizować swój serwis w taki sam sposób, jak poprzez telefon WAP (zob.: „Personalizacja poprzez telefon WAP").

Własne linki użytkowników, które do 1 czerwca 2001 r. były ustawione na poziomie WAP Idea – Moja Strona – zostały przeniesione do nowego serwisu – „Moja WAP Idea".

W menu „Ustawienia" użytkownik może zmieniać ustawienia swojego konta „Moja WAP Idea", tj. zmieniać powitania, hasło dostępowe do serwisu „Moja WAP Idea" oraz ustawiać „powiadomienia SMS".

Powiadomienia SMS to bardzo użyteczna funkcja serwisu WAP Idea. Polega ona na wpisaniu przez użytkownika informacji (z poziomu telefonu WAP bądź www). Informacja ta będzie wysłana do użytkownika SMS-em konkretnego dnia i o konkretnej godzinie.

W związku z uruchomieniem „Moja WAP Idea", od dnia 4 czerwca do 3 sierpnia 2001 r., w ofercie Idea Optima obniżona zostaje stawka na połączenia z WAP Idea (nr dostępowy: + 48 501 800 800) do 0,15 zł netto za minutę połączenia (nie zaliczone do pakietu bezpłatnych minut połączeń). Zaś dla użytkowników POP, od 4 czerwca do 31 sierpnia 2001 r., minuta połączenia z serwisami WAP kosztuje tylko 25 groszy brutto za minutę.



Schemat połączenia z nowym serwisem WAP Idea.

Wszyscy przywykliśmy już do licznych zalet poczty elektronicznej. Doceniamy możliwość przesyłania informacji do dowolnego miejsca na świecie, stały kontakt z przyjaciółmi i współpracownikami, a wszystko to łatwo, szybko i niedrogo. Ale poczta elektroniczna Idea.net to coś więcej.

INTERAKTYWNE KOMENDY SMS

NOT	– definiowanie parametrów notyfikacji (powiadamiania)*
OKR	– definiowanie okresu automatycznego powiadamiania*
FIN	– ustawianie filtru na nadawcę wiadomości*
FIT	– ustawianie filtru na treść wiadomości*
ZAN	– ustawianie zapadki na nadawcę wiadomości*
ZAT	– ustawianie zapadki na treść wiadomości*
POW	– informacja o e-mailach w skrzynce
ILE	– ilość wiadomości e-mail w skrzynce
OST	– ostatnia wiadomość e-mail
CZY	– odczyt wiadomości e-mail od 1-10
DAL	– dalsza część wiadomości e-mail od 1-10
POM	– dostępne komendy

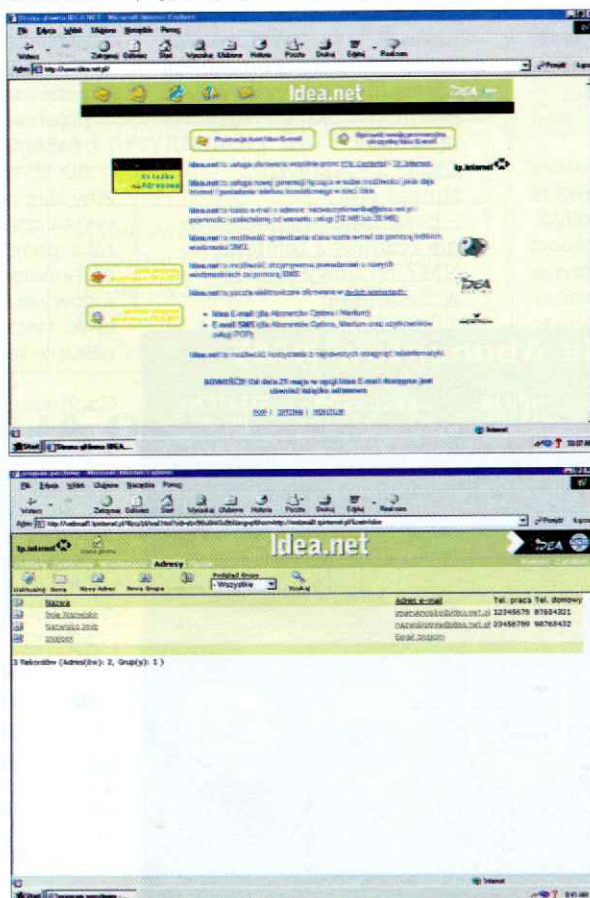
* *komendy dostępne tylko w przypadku opcji Idea E-mail*

POCZTA ELEKTRONICZNA Idea.net

JACEK PIETRUSZYŃSKI

Każdy, kto już korzystał z konta e-mail odczuł ograniczenia standardowej poczty. Brak dostępu do komputera, np. podczas podróży służbowej albo urlopu, sprawia, że nie możemy odebrać czekającej wiadomości. Nie każdy jednak może sobie pozwolić na brak kontaktu ze światem. Dla takich użytkowników oraz dla tych, którzy nie chcą przegapić ciekawych propozycji powstała poczta elektroniczna Idea.net.

Idea.net, efekt współpracy firm PTK Centertel i TP Internet, łączy zalety konta e-mail i telefonu komórkowego. Usługa ta pozwala użytkownikowi na szybki dostęp do poczty elektronicznej przy pomocy telefonu komórkowego. Za pośrednictwem wiadomości tekstowych SMS użytkownik może sprawdzać zawartość skrzynki e-mail oraz odczytywać otrzymaną pocztę, a także wysyłać wiadomości. Idea.net jest przykładem widocznej w ostatnich latach tendencji do integracji różnych metod komunikowania.



Z poczty Idea.net mogą korzystać wszyscy Abonenci sieci Idea. Usługa jest dostępna w dwóch wariantach: bezpłatnym E-mail SMS (dla Idea Optima, Meritum, POP) oraz płatnym Idea E-mail (dla Idea Optima i Meritum). Abonent samodzielnie aktywuje wybrany przez siebie wariant Idea.net na stronie http://www.idea.net.pl.

Użytkownik E-mail SMS dostaje skrzynkę e-mail o pojemności 10 MB z łatwym do zapamiętania adresem: nazwauzytkownika@idea.net.pl. Może on wysyłać wiadomości e-mail z telefonu komórkowego przy pomocy SMS. Wiadomości należy kierować pod nr 874, nadawszy im następującą postać: <adres odbiorcy> <separator> <treść> (separator to jeden znak odstępu). Wysyłając SMS z odpowiednią komendą, użytkownik może także sprawdzić stan konta e-mail (w telefonie musi być ustawiony numer Centrum SMS Idei: +48 501 200 777). Pozwala to otrzymywać informacje o liczbie nowych wiadomości, ich nadawcy i temacie, a także odczytywać wiadomości do 640 pierwszych znaków. E-mail SMS jest usługą bezpłatną. Abonent płaci tylko za wysłaną pod nr 874 wiadomość SMS.

Jeszcze większe możliwości oferuje Idea E-mail. Pojemność skrzynki e-mail jest dwukrotnie większa i wyno-si 20 MB. Oprócz wysyłania wiadomości i sprawdzania stanu konta przy pomocy SMS, użytkownik może otrzymywać automatyczne powiadomienie o nowych wiadomościach e-mail poprzez SMS. On sam decyduje, czy powiadomienie ma następować natychmiast po nadejściu nowej wiadomości, czy też w ustalonych przez niego odstępach, co 4, 6, 12 lub 24 godziny. Godna uwagi jest możliwość zdefiniowania filtrów blokujących informacje o niektórych wiadomościach oraz zapadek przyspieszających powiadomienie o priorytetowych e-mailach. Co ciekawe, wszystkie ustawienia może aktywować sam użytkownik za pomocą krótkich komend SMS. Skrzynka Idea E-mail obsługuje również protokół POP3, IMAP, co pozwala na dostęp do niej np. poprzez usługę WAP e-mail, Microsoft Outlook.

Od 21 maja do 20 lipca 2001 r., trwa promocja kont Idea E-mail. W tym okresie miesięczny abonament za korzystanie z usługi wynosi tylko 5 zł netto! Od 21 lipca 2001 r., stawka miesięcznego abonamentu za usługę Idea E-mail w wysokości 5 zł netto wejdzie na stałe do cennika opłat za świadczenie usług telekomunikacyjnych.

Od 21 maja użytkownicy Idea E-mail mogą korzystać z nowości, jaką jest książka adresowa. Dzięki niej można zapisywać dane internetowych korespondentów, szybko wyszukiwać ich adresy, a także tworzyć grupy adresów. Ostatnia funkcja jest szczególnie przydatna dla użytkowników regularnie wysyłających wiadomości do stałych odbiorców.

Idea.net to warta uwagi propozycja dla Abonentów Idei. Dzięki temu zintegrowanemu środkowi komunikowania mają oni niespotykaną dotychczas możliwość stałego kontaktu z ważnymi dla siebie osobami oraz dostęp do istotnych informacji.

Mamy przyjemność poinformować o przedłużeniu, do dnia 31 sierpnia 2001 r., specjalnej oferty skierowanej do naszych Abonentów NMT.

Specjalna oferta sieci Idea dla Abonentów sieci NMT

ROBERT ZADROŻNY

W ramach tej oferty dotychczasowi klienci NMT mogą:

1. Zakupić telefon w sieci Idea z dodatkowym atrakcyjnym rabatem.
2. Skorzystać z bezpłatnego pakietu usług informacyjnych oraz specjalnej stawki na połączenia z serwisem WAP.
3. Wybrać jedną z opcji przewidzianych dla telefonu NMT.

Promocja na zakup telefonu w sieci Idea

Abonenci sieci NMT mogą skorzystać z dodatkowych zniżek na zakup telefonu z aktywacją w sieci Idea. Oferta jest szczególnie atrakcyjna, gdyż rabat jest odliczany od aktualnych cen promocyjnych aparatów. Wysokość przyznanego rabatu została podana na kuponie przesłanym w maju do Abonentów NMT. W ramach tej promocji przygotowaliśmy 8 nowoczesnych, dwuzakresowych aparatów GSM 900/1800. Poszczególne modele dostępne są z wybranymi planami taryfowymi w sieci Idea.

Specjalna oferta na usługi informacyjne dla Abonentów NMT

Dodatkowo, wszyscy Abonenci, którzy zakupią telefon w tej promocji do końca 2001 r. otrzymają:

- Specjalną, niższą stawkę – 0.10 zł/min. połączenia z internetowym serwisem WAP Idea.
  Usługa WAP Idea pozwala na przeglądanie zasobów informacyjnych i korzystanie z usług umieszczonych w sieci Internet, w standardzie WAP, poprzez telefon komórkowy dostosowany do tej technologii (telefony posiadające tę funkcję zostały oznaczone napisem WAP).
- Możliwość bezpłatnego korzystania z usług informacyjnych SMS.
  Będą mogli Państwo codziennie otrzymywać pakiet informacji w postaci SMS, czyli krótkich wiadomości tekstowych, ukazujących się na wyświetlaczu telefonu.

Promocyjnie Idea oferuje następujące pakiety informacyjne:

- Pakiet Informacje SMS – informacje z trzech kategorii: wydarzenia, sport, kalendarium.
- Pakiet Program TV i ciekawostki SMS – ciekawostki, polecane programy TV i cytat dnia.

Aby włączyć wybrane pakiety informacyjne, wystarczy zadzwonić pod nr *22 i zamówić wybrane serwisy informacyjne – połączenie bezpłatne z telefonu komórkowego w sieci Idea.

Opcje specjalne dostępne dla telefonów sieci NMT

Aktywacja telefonu w sieci Idea na dotychczasowe konto abonenckie w dowolnej, wybranej promocji, uprawnia klientów NMT do wyboru jednej z następujących opcji związanych z telefonem w sieci NMT.

- Opcja 1: Zmniejszenie abonamentu dla telefonu NMT do 10 zł netto.
  Obniżka abonamentu nie powoduje wzrostu innych opłat za telefon NMT oraz nie zmienia czasu trwania umowy o świadczeniu usług. Niższy abonament zacznie obowiązywać od kolejnego okresu rozliczeniowego.
- Opcja 2: „Aktywny Numer NMT" – bezpłatne przekierowanie rozmów z telefonu NMT na nowy telefon w sieci Idea.

Opcja ta skierowana jest do Abonentów, którzy zdecydowali się na korzystanie z nowego telefonu w sieci Idea, spodziewają się jednak dalszych połączeń przychodzących na telefon NMT.

Wybór tej opcji oznacza, że do końca bieżącego roku, wszystkie rozmowy przychodzące na dotychczasowy numer telefonu w sieci NMT 90 XXXXXX zostaną przekierowane na nowy telefon Abonenta w sieci Idea. Możliwość wykonywania rozmów z telefonu NMT będzie zablokowana, za telefon ten nie będzie pobierany abonament. Abonent korzysta tylko z telefonu w sieci Idea.



Rozwiązanie takie posiada wiele zalet, m.in.:

- Abonent nie ponosi żadnych kosztów związanych z telefonem NMT,
- przekierowanie rozmów na telefon Idea jest bezpłatne,
- klient pozostaje dostępny pod numerem, znanym przez jego znajomych i kontrahentów,
- zmiana numeru telefonu przebiega ewolucyjnie i mniej kosztownie dla klienta.

Aby skorzystać z dowolnej opcji wystarczy, by Abonent wypełnił i podpisał stosowny Aneks w punkcie sprzedaży. Jedną z powyższych opcji mogą Państwo wybrać bezpośrednio po zakupie telefonu sieci Idea.

Zachęcamy do skorzystania z naszej oferty. Prosimy o:

- zgłoszenie się do dowolnego punktu sprzedaży sieci Idea z kuponem rabatowym,
- wybór modelu telefonu oraz oferty taryfowej Idea Optima,
- wybór opcji dla dotychczasowego telefonu NMT.

Zapraszamy do punktów sprzedaży

Uwaga: PTK Centertel zastrzega sobie prawo do zmiany modeli aparatów z oferty. Poszczególne modele dostępne będą do wyczerpania zapasów.

Telefony dostępne w ofercie dla Abonentów NMT

NOKIA 8850	NOKIA 6210* WAP	PANASONIC GD 93* WAP	SIEMENS S35i* WAP	SIEMENS M35i* WAP	NOKIA 3310*	ERICSSON T20* WAP	SIEMENS C35i* WAP
Dostępna z planem taryfowym Idea Optima 360	Dostępna z planami taryfowymi Idea Optima 240 Idea Optima 360	Dostępne z planami taryfowymi Idea Optima 120, Idea Optima 180, Idea Optima 240, Idea Optima 360			Dostępne z planami taryfowymi Idea Optima 60, Idea Optima 120, Idea Optima 180, Idea Optima 240, Idea Optima 360		Dostępny ze wszystkimi planami taryfowymi Idea Optima



* Telefon posiada blokadę SIM lock, tzn. współpracuje jedynie z kartami SIM w sieci Idea

Co nowego?

Big Brother
– zgłoszenia do drugiej edycji

W dniach od 11.06. do 15.07.2001 r. odbywa się rekrutacja chętnych do udziału w drugiej edycji programu Big Brother. Chęć swojego uczestnictwa mogą w tym czasie zgłosić wszystkie osoby, które ukończyły 18 rok życia.

Paweł Wacławski

Rekrutacja do drugiej edycji Big Brother odbywa się w dwóch etapach. Pierwszy etap (rejestracja telefoniczna) można przejść na dwa sposoby – korzystając z SMS-ów lub IVR-u. Etap drugi to zgłoszenia listowne.

Rekrutacja – etap pierwszy – SMS

Kandydat, który wyśle SMS-a pod nr 7922 (koszt SMS-a wynosi 9 zł + VAT) o odpowiedniej treści (komenda zgłoszeniowa BB2) otrzyma SMS-a zwrotnego z informacją na jaki adres kandydat powinien wysłać swoją aplikację. Ponadto, każdemu kandydatowi przypisany zostanie siedmiocyfrowy numer identyfikacyjny, tzw. BBPIN. Można wielokrotnie zgłaszać swoją kandydaturę, ale za każdym razem system przyzna nowy numer BBPIN, który powinien być zamieszczony na każdej aplikacji zgłoszeniowej.

Rekrutacja – etap pierwszy – IVR

Adres, na jaki trzeba wysłać aplikację oraz siedmiocyfrowy numer identyfikacyjny usłyszy kandydat, który zadzwoni na IVR pod nr *7422 – dla Abonentów sieci Idea. Każde połączenie (bez względu na czas trwania) będzie powodowało zapisanie jednego numeru BBPIN, jako numeru wykorzystanego. Jeżeli numer telefonu kandydata nie zostanie rozpoznany przez system, wówczas aplikant zostanie poproszony o tonowe wybranie swojego numeru telefonu. Po odsłuchaniu części informacyjnej, kandydat, przez jedną minutę, będzie mógł zaprezentować swoją osobę. W przypadku, gdy kandydat nie zaakceptuje nagrania nie zostanie ono zapisane. Nagranie będzie można powtórzyć wciskając klawisz 3, wówczas poprzednie nagranie będzie automatycznie kasowane. W zaakceptowane przez kandydata nagranie nie będzie można już ingerować.

Podobnie, jak w przypadku zgłaszania kandydatury za pośrednictwem SMS-ów, również dzwoniąc na IVR można wielokrotnie zgłaszać swoją kandydaturę.

Rekrutacja – etap drugi

Drugi etap rekrutacji to zgłoszenia listowne. Powinny one zawierać: aplikację, zdjęcie kandydata i wpisany w odpowiednim miejscu numer identyfikacyjny BBPIN oraz numer telefonu kandydata. Na jednej aplikacji powinien być umieszczony jeden numer BBPIN. Można wysłać kilka aplikacji i wszystkie zostaną przyjęte, o ile na każdej z nich znajdować się będzie inny numer BBPIN.

Uwaga: Rozpatrywane będą tylko aplikacje zawierające zdjęcie kandydata, przyznany mu numer identyfikacyjny BBPIN oraz jego numer telefonu. Więcej informacji na temat rekrutacji do drugiej edycji programu Big Brother znaleźć można na stronach internetowych Big Brother.

Komenda zgłoszeniowa i przykładowy SMS zwrotny

Składnia SMS	Odpowiedź systemu
BB2	*Wyslij zgloszenia pod adresem TVN-Big Brother, ul:Augustowka 3, 02-981Warszawa. Twój osobisty BBPIN to xxxxxxx. Zgloszenie musi zawierac zdjecie, BBPIN i nr tel.*

Promocja doładowań w sieci bankomatów

W okresie od 01.06 do 31.08.2001 r. trwać będzie promocja na doładowania kont POP w bankomatach sieci Euronet, PBK i BZ WBK24. Wszystkie doładowania o wartości 50 i 100 zł będą zwiększały limit użytkownika o dodatkową wartość. Przy doładowaniu o wartości 50 zł, limit użytkownika zostanie zwiększony o wartość 60 zł. Natomiast przy doładowaniu o wartości 100 zł, limit użytkownika zostanie zwiększony o wartość 135 zł.

Nowe roamingi w sieci Idea

FINLANDIA


Finnish 2G
GSM 900/1800

Kod (nazwa) sieci: 244 12; 2G, FI12
Telefony: +358 (BOK); 118 (informacja krajowa); 0 800 90 999 (informacja międzynarodowa)
Rozmowy krajowe: 1,16 (0,63)
Rozmowy do Polski: 2,57 (1,84)
SMS (wychodzący): 0,56

MALEZJA


Time Wireless Sdn Bhd
GSM 1800

Kod (nazwa) sieci: 502 17; MY17, MY ADAM, ADAM
Telefony: +60, 17 17, +60 17 17 17 (BOK); 103 (informacja krajowa i międzynarodowa)
Rozmowy krajowe: 0,85
Rozmowy do Polski: 15,94 (10,62)
SMS (wychodzący): 1,42

Wszystkie opłaty za połączenia podane są w złotówkach. Należy do nich doliczyć 15% narzutu administracyjnego i podatek VAT (22%) od narzutu (czyli – w uproszczeniu – 18,3%). Podane stawki ustalają poszczególni operatorzy i mogą one ulegać zmianom. Szczegółowe i aktualne informacje na temat stawek poszczególnych sieci można także uzyskać pod numerem bezpłatnych infolinii i w Internecie (www.idea.pl; plik w formacie MS Excel).

Idea, która od ubiegłego roku wspiera akcję „Idea dla Ziemi", tym razem włącza się w program ochrony polskich parków narodowych.

Trudno o takie miejsce na świecie, do którego nie dotarliby jeszcze polscy turyści. Tymczasem tuż obok znajdują się skarby natury budzące podziw i zazdrość przybyszów z zagranicy. W kraju nadal pozostają nieznane.

Najlepsze skrawki Ziemi

ARTUR STADNIK

Mowa o wielu polskich parkach narodowych. O ile bowiem walory Tatr, Karkonoszy, Pienin czy Bieszczadów znane są od dawna i do tych miejsc ciągną tłumy turystów, to o niektórych parkach mało kto słyszał i mało kto je odwiedził. Do grupy tych najmniej znanych zaliczają się parki narodowe: Poleski, Narwiański, Drawieński, Biebrzański i „Bory Tucholskie". Poleski Park Narodowy odwiedziło w 1999 r. – 7 tys. gości, Narwiański – 6 tys., a Biebrzański – 25 tys. Na przeciwległym biegunie pod względem frekwencji znalazły się Tatrzański PN – 3 mln gości, Wielkopolski – 1.2 mln i Karkonoski – 1 mln. Tak ogromną różnicę w liczbie odwiedzających tylko po części można przypisać niezwykłej urodzie naszych gór czy bliskości wielkiego miasta (Wielkopolski PN, Kampinoski PN). Obszary rzadziej odwiedzane są również piękne, tyle że wieść o ich urodzie do niewielu jeszcze dotarła.

Ochrona konieczna

Abraham Lincoln, twórca jednego z najbardziej znanych amerykańskich parków narodowych – Yosemite, powiedział, że „parki narodowe to najlepsze skrawki naszej ziemi, specjalnie wydzielone, jako wspólny skarb i wielki powód do dumy dla całego narodu". To samo można powiedzieć o polskich parkach narodowych. Są one z pewnością najpiękniejszymi i najciekawszymi pod względem przyrodniczym obszarami w Polsce. Z tego też względu podlegają ochronie. W obrębie parków niektóre obszary objęte są ochroną ścisłą, gdzie wyklucza się ingerencję człowieka, inne zaś objęte są ochroną częściową, gdzie dopuszcza się zabiegi pielęgnacyjne i hodowlane. Parki narodowe nie służą wyłącznie ochronie przyrody, tę bowiem najlepiej by spełniły zamykając bramy przed turystami. Przyroda parku spełnia też funkcje, które „wymuszają" udział turystów. Mowa tu o funkcjach estetycznej, wypoczynkowej i edukacyjnej. „Przyroda parku – w słowach Ewy Kwiecień, redaktora naczelnego kwartalnika „Parki Narodowe" – ma nie tylko cieszyć oczy, umożliwiać wypoczynek w ciszy i bezpośrednim z nią kontakcie, ale także dostarczać informacji o swym znaczeniu, funkcjonowaniu i zagrożeniach". Parki są więc „dla ludzi", ale jednocześnie ci sami ludzie muszą poddać się na terenie parku pewnym ograniczeniom. Rzecz oczywista dla jednych, nie jest wcale oczywista dla drugich. Do ostatniej grupy należą zazwyczaj wycieczki szkolne, których uczestnicy manifestują swą „niezależność" przez schodzenie ze szlaków, głośne zachowanie czy wyrzucanie śmieci gdzie popadnie. W tym przypadku na nic się zdadzą tablice z zakazami. Potrzebna jest edukacja ekologiczna i brak przyzwolenia na podobne zachowania. Być może wtedy, wzorem amerykańskich rezerwatów, nie będzie trzeba umieszczać w parkach nawet koszy na śmieci, gdyż każdy turysta będzie swoje śmieci zabierać ze sobą.


Woliński Park Narodowy
ARCHIWUM GAZETY WYBORCZEJ


PAWEŁ BODZON

Ograniczenia, obowiązujące w parkach narodowych, służą ochronie przyrody, ale także bezpieczeństwu turystów. Na przykład szlaki zamyka się okresowo z powodu zagrożenia lawinowego, załamania pogody, a czasem z powodu zagrożenia ze strony dzikich zwierząt. Uciążliwość tych ograniczeń jest niewielka, jeśli wziąć pod uwagę możliwość obcowania z piękną przyrodą, którą turysta otrzymuje w zamian.

Królestwo orła bielika

Jedyny w kraju park morski, czyli Woliński PN, położony jest u ujścia Odry, na północ od Szczecina. W jego bliskim sąsiedztwie leżą znane miejscowości wypoczynkowe: Międzyzdroje, Świnoujście i Międzywodzie, które są doskonałą bazą wypadową dla zwiedzających park. Krajobraz parku tworzą rozciągające się na długości 15 km, wysokie do 95 m, wybrzeże klifowe oraz porośnięte lasem wzgórza morenowe. Brzeg

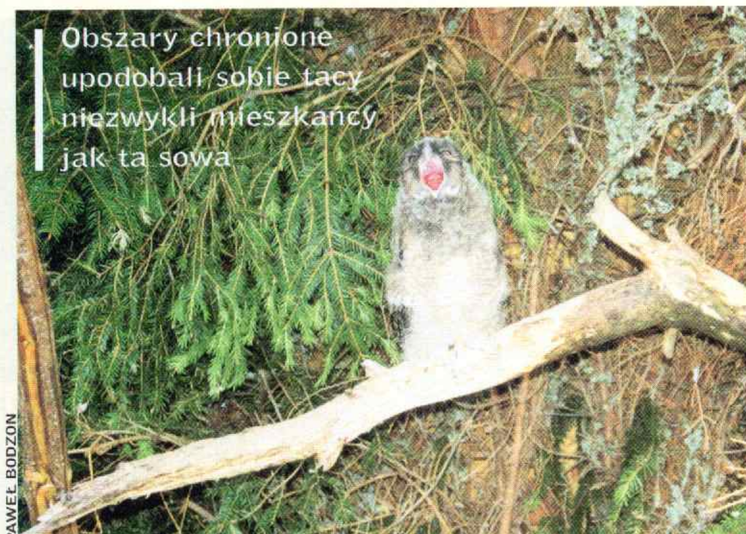
morski jest bardzo wdzięcznym obiektem do fotografowania, do tego niemal każde ujęcie ma charakter historyczny, bowiem wybrzeże nieustannie zmienia kształt pod wpływem działania fal morskich i wiatrów (brzeg cofa się rocznie o ok. 80 cm).

Północny obszar parku stanowi pas wód Bałtyku o szerokości 1 mili morskiej, a zachodni – delta rzeki Świny. Trudno dostępna delta Świny obejmuje grupę wodno-błotnych wysp, oddzielonych kanałami o zmiennych kierunkach przepływu i zmiennych poziomach wód. Zdarza się, iż wyspy znikają podczas wlewania się spiętrzonych wód Bałtyku do Zalewu Szczecińskiego.

Wzniesienia morenowe porastają lasy bukowe o strukturze podobnej do lasów naturalnych oraz lasy sosnowe i dębowe. W północnej części parku występuje m.in. buczyna storczykowa, która wykształciła się na glebie powstającej przez nawiewanie drobnych cząstek minerałów z klifu do wnętrza lasu. Ten rodzaj gleby upodobały sobie także storczyki.

Wyspa Wolin znajduje się na głównym szlaku przelotu ptaków wzdłuż wybrzeża Bałtyku, nic zatem dziwnego, że tutejszy świat zwierzęcy reprezentują przede wszystkim ptaki. Doliczono się ich ponad 230 gatunków, w tym m.in. orła bielika, orlika krzykacza, pszczołojada i puchacza. Delta Świny jest ostoją ptaków wodno-błotnych o znaczeniu europejskim. W parku znalazły również schronienie gronostaje i wydry oraz tak rzadkie gatunki ssaków morskich, jak foka szara i morświn.

Woliński Park Narodowy jest dobrze przygotowany do obsługi ruchu turystycznego. Zbudowano kilka punktów widokowych, wytyczono 44 km szlaków turystycznych. W parku działa pokazowy rezerwat żubrów, a Centrum Edukacyjno-Muzealne w Międzyzdrojach organizuje pokazy multimedialne, zajęcia tematyczne oraz gry i zabawy. W salach wystawowych prezentowana jest przyroda parku, jego budowa geologiczna oraz bursztyn bałtycki. Wystawa poświęcona tutejszej



Obszary chronione upodobali sobie tacy niezwykli mieszkańcy jak ta sowa

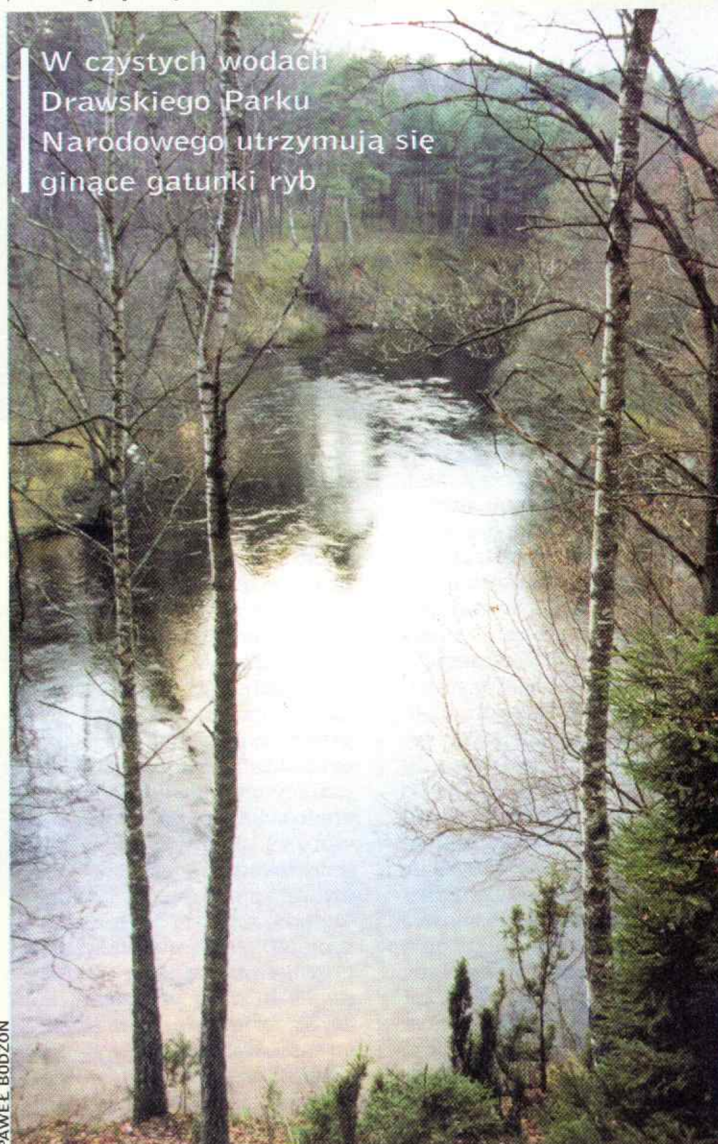
PAWEŁ BODZON

przyrodzie ma postać dioramy, czyli malowidła na przezroczystej materii lub matowym szkle, które odpowiednio oświetlone i oglądane z ciemności daje złudzenie obrazu przestrzennego. Wolińska diorama przedstawia zwierzęta w ich naturalnym środowisku.

Popularnym miejscem odwiedzin w Parku jest Jezioro Turkusowe oraz wzgórze Zielonka, z którego roztacza się malowniczy widok na rozlewiska Świny oraz Zalew Szczeciński. Niedaleko wzgórza „rosną" ciekawostki przyrodnicze – dwa okazałe drzewa – 132. letnia jarzębina i 250. letnia lipa.

Wędrujące wydmy pod Łebą

W województwie pomorskim, między Rowami a Łebą, mieści się jeden z większych parków narodowych w Polsce – Słowiński PN (18 618 ha powierzchni). Jego północną granicę, o długości 32 km, wyznacza brzeg Bałtyku, nie jest to więc, tak jak Woliński PN, park morski. Około 5 tys. lat temu znajdowały się tu zatoki morskie, które z biegiem czasu, w wyniku nanoszenia osadów, zostały odcięte od morza mierzejami. W ten sposób powstały jeziora: Łebsko (7140 ha), Gardno (2468 ha), Dołgie Wielkie (146 ha) i Dołgie Małe (6.5 ha). Wody zajmują ponad połowę powierzchni parku, reszta przypada na lasy i wydmy. Te ostatnie są bodaj największą atrakcją parku. Ruchome wydmy, które w ciągu roku przemieszczają się o 3-10 m, powstały w wyniku nawiewania wysuszonego przez wiatr i słońce piasku w głąb lądu. Największy obszar wydmowy – o powierzchni 500 ha – znajduje się na Mierzei Łebskiej. Wśród wydm ruchomych najwyższą wysokość osiąga Góra Łącka (42 m), a wśród wydm zalesionych – Czołpino (56.5 m) i Stilo (45.7 m). Najlepsze punkty widokowe na terenie parku to stara latarnia morska na wydmie Czołpino (wznosi się na wysokość 75 m) oraz wieża widokowa na świętej górze Słowińców – Rowokół (115 m n.p.m.) – która jest oddalona od morza o 5 km. Krajobraz parku przypomina miejscami pustynny, co sprawiło, że podczas drugiej wojny światowej na tutejszych wydmach ćwiczył słynny niemiecki Afrika-Korps. Materialną pamiątką z czasów ostatniej wojny są z kolei wyrzutnie rakiet V-2, ukryte w lesie, w pobliżu wsi Rąbka. Miejscowi meteorolodzy używają dzisiaj wyrzutni do wystrzeliwania rakiet meteoro-



W czystych wodach Drawskiego Parku Narodowego utrzymują się ginące gatunki ryb

PAWEŁ BODZON

logicznych w wyższe warstwy atmosfery.

Tutejsze wydmy nie są pozbawione życia. Jako pierwsze wkraczają na nie tzw. rośliny pionierskie: honkenia piaskowa i rukwiel nadmorska. Dalej od brzegu morza,


PAWEŁ BODZON

na wydmie białej, występuje najpiękniejsza roślina wybrzeża – mikołajek nadmorski. Roślinność układa się na wydmach strefowo. Strefy roślin przebiegają równolegle od brzegu morskiego w głąb lądu. Za wspomnianą wydmą białą rozciągają się wydmy szare, które przechodzą w kępy bażyny czarnej i wrzosu zwyczajnego. Strefę następną tworzą bory nadmorskie, od suchych do bagiennych. Obszary bagienne i te położone wokół jezior są trudno dostępne, co przyciąga od wiosny do jesieni rzesze ptaków. Na terenie parku doliczono się 257 gatunków, z czego 150 zakłada tu stanowiska lęgowe. Do tych ostatnich należą m.in. puchacz, bielik, żuraw i dzięcioł czarny.

Nazwa parku pochodzi od nazwy grupy etnicznej, która niegdyś zamieszkiwała te trudno dostępne tereny. Nie ma już w okolicy wielu Słowińców, zostały za to wytwory ich rąk. W skansenie w Klukach nad jeziorem Łebsko stoją słowińskie chałupy, łodzie rybackie, piece chlebowe i... klumpy – buty zakładane koniom, aby nie grzęzły w bagnach. Z tejże samej miejscowości odpływają statki turystyczne do Łeby. Inna trasa żeglugowa prowadzi z Łeby do Rąbki. Kto jednak chce poznać najładniejsze zakątki parku, powinien zwiedzać go pieszo. Szlaki turystyczne bowiem – oczywiście z pominięciem jezior – przecinają park wzdłuż i wszerz (144 km). Wędrówka po wydmach latem daje smak wyprawy po pustyni (nie zaszkodzi zabrać ze sobą parasolki przeciwsłonecznej!). Za to wędrówka w pobliżu jezior wprowadza turystę w środek hałaśliwego i pełnego życia świata ptaków. Przyroda w parku nigdy zresztą nie zasypia. Dlatego niektórzy najchętniej przyjeżdżają tutaj zimą. Fale dalej wyrzucają na brzeg kamyczki i muszelki, wydmy nie przerywają swego marszu w stronę lądu, a dostojne bieliki wytrwale krążą nad swoim królestwem.


Największą atrakcją Słowińskiego Parku Narodowego są wędrujące wydmy
BE&W

Odludzie na kresach zachodnich

Do czasu rozbiorów Polski w XVIII w., rzeki Drawa i Płociczna tworzyły zachodnią granicę Polski, zaś po odzyskaniu niepodległości znalazły się po drugiej stronie granicy, na kresach Niemiec. Takie położenie, z dala od ośrodków politycznych i gospodarczych, sprzyjało przyrodzie Puszczy Drawskiej. Przekona się o tym podróżnik, który zapuści się na pogranicze województw zachodniopomorskiego, lubuskiego i wielkopolskiego. Za-


Pamiątka po dawnych mieszkańcach w Kampinowskim Parku Narodowym
BE&W



chował się tam w doskonałym stanie kompleks leśny, nazywany nie bez powodu „Bieszczadami Północy". Zaludnienie tu słabe, a lasy i rzeki są niekiedy równie dzikie, co w Bieszczadach. Dwie główne rzeki parku – Drawa i Płociczna – płyną głębokimi dolinami o trudno dostępnych zboczach. Walory Drawy docenił Karol Wojtyła, który płynął Drawą dwukrotnie – w 1955 i 1967 r. „Na Drawie było wspaniale – kto zna Drawę i Pojezierze Drawskie – nie trzeba mu tego tłumaczyć. Wielokilometrowe odcinki bezludzia, pustki i ciszy, wspaniała pogoda. Pojezierze Drawskie to był wielki rezerwat przyrody – grążele, nenufary, mnóstwo innej roślinności wodnej. Drzewa powalone burzą przegradzały nie raz nurt rzeki tak, że trzeba się było prześlizgiwać kajakiem pod drzewami lub przeciągać kajak nad drzewem" (S. Stolarczyk, „Papież, jakiego nie znam"). Trzeba pamiętać, że są to zachwyty znawcy, który przebył wszystkie trasy kajakowe w Polsce, w tym Brdę, Czarną Hańczę, Krutynię, San i Dunajec. Od tamtych czasów niewiele się tutaj zmieniło. Rzeki zachowały urodę i czystość, a turystów wciąż niewielu. Dość powiedzieć, że Drawski PN odwiedza rocznie zaledwie 30 tys. osób.


PAWEŁ BODZON

W czystych wodach rzek i jezior utrzymują się ginące gatunki ryb. Tarło odbywają tutaj łosoś, lipień i troć wędrowna. Na stałe zadomowił się pstrąg potokowy, a w jez. Ostrowiec – bardzo rzadka – troć jeziorowa. W parku występują też unikalne gatunki gadów – wąż gniewosz plamisty i żółw błotny oraz płazów – kumak nizinny, rzekotka drzewna i traszki.

Urodą wyróżniają się lasy Puszczy Drawskiej. W jej zachodniej części dominują lasy liściaste – buczyny pomorskie, lasy dębowo-bukowe i grądy zachodniopomorskie. Najbardziej dorodne buki i dęby rosną w rezerwatach „Radęcin" i „Dębina". Niektóre okazy mają po 300. i 400. lat. W jedenaście lat po utworzeniu parku narodowego skarby puszczy nad Drawą i Płociczną wciąż czekają na odkrycie.

Rzeka jak żadna inna

Są takie miejsca w Polsce, które są lepiej znane za granicą niż w kraju. Należy do nich Kotlina Biebrzy. Cudzoziemcy, zwłaszcza ci, którym dane było oglądać zdjęcia zrobione z lotu ptaka, nazywają ją „Amazonką Północy". Biebrza, chociaż nie otacza jej dżungla, tak jak jej amerykańską siostrę – również wije się niczym wstęga w zielonym dywanie roślinności. Innym przyczynkiem do porównania stało się bogactwo świata roślinnego i zwierzęcego w nadbiebrzańskiej krainie. Jak to jednak z porównaniami bywa, również to w końcu zawodzi. Kotlina Biebrzy jest bowiem miejscem niepowtarzalnym i temu zawdzięcza swoją sławę wśród miłośników przyrody. Większość z nich zna rzekę z filmów telewizyjnych, wielu jednak przyjeżdża tutaj osobiście. Zwłaszcza w maju, kiedy świat bagiennych roślin eksploduje kolorami i zapachami, a ptasia społeczność głośno świętuje nadejście wiosny. Wrażenia z majowej wyprawy na Czerwone Bagno zostają w pamięci na zawsze. Nie trzeba być znawcą ptaków czy roślin naczyniowych.

Kotlina Biebrzańska zajmuje ogromny obszar obniżenia terenu o długości ponad 100 km, które wypełnia kilkumetrowa warstwa torfu.

W krajobrazie Basenu Północnego Biebrzy wyróżniają się wzgórza morenowe, Basenu Środkowego – rozległe piaszczyste pasma, przekształcone częściowo w wydmy, a Basenu Południowego – małe wydmy, zanurzone w torfie. Biebrza na terenie parku (159 km) silnie meandruje, tworząc liczne zakola. Jej szerokość waha się od kilku metrów w górnym biegu do kilkunastu w dolnym. Rzekę można przepłynąć kajakiem w ciągu 3 dni.

Szata roślinna Parku jest bardzo bogata. Doliczono się ponad 900 gatunków roślin naczyniowych, w tym zagrożone wymarciem: fiołka torfowego, wełnianeczkę alpejską i wierzbę borówkolistną. Występują tutaj rzadkie zbiorowiska roślin wodnych, bagiennych i torfowych. Biebrzański PN to doskonałe

miejsce na fotograficzne safari. Żyją tu łosie (ok. 500 sztuk), bobry (ok. 350 sztuk), wilki, wydry i gronostaje. Ptasią rodzinę tworzy 270 gatunków. Dla 17 z nich, m.in. dla dubelta, rybitwy czarnej, orlika grubodziobego czy sowy błotnej, Bagna Biebrzańskie są jedną z ostatnich ostoi w Europie.

Jednak i ten ptasi raj jest zagrożony. Zbudowane jeszcze w XIX w. kanały spowodowały obniżenie wód gruntowych i przesuszenie torfowisk. Z kolei prowadzona przez socjalistycznych speców od rolnictwa melioracja bezpowrotnie zniszczyła ogromne bagno Wizna. W rezultacie doszło do odwodnienia terenu i pojawienia się roślin charakterystycznych dla siedlisk bardziej suchych. Równie niekorzystny wpływ na tutejszy ekosystem miało zaniechanie ekstensywnego użytkowania łąk bagiennych. Jeszcze do niedawna miejscowi rolnicy (należy do nich 46% powierzchni parku) wypasali na łąkach bydło i wykaszali zbiorowiska turzycowo-mszyste, co powstrzymywało ekspansję drzew i krzewów. Nad Biebrzą okazało się, że zaniechanie jakiejkolwiek ingerencji w przyrodę może być dla niej równie niekorzystne, jak nadmierna ingerencja. Dlatego zdecydowano się na prowadzenie gospodarki rolnej zgodnej z celami ochrony Parku.

PAWEŁ BODZON

Turysta w Dolinie Biebrzy nie będzie narzekać na brak wrażeń. Wyznaczono tam 13 szlaków lądowych o długości 400 km i 130 km szlaku wodnego. Przy niektórych szlakach stoją wieże widokowe i pomosty. Marsz po podmokłym gruncie ułatwiają kładki. Na wycieczkę można się też wybrać furmanką. Taką usługę oferują miejscowi rolnicy. Przewodnicy parkowi zaprowadzą chętnych do najciekawszych zakątków, a prawdziwych pasjonatów na poranne spotkanie z łosiem. Najlepsze noclegi w okolicy oferuje ośrodek wypoczynkowo-szkoleniowy w Goniądzu i leśniczówka w Grzędach.

Gadzie eldorado na Polesiu

Niedaleko od Lublina leży jeden z najmniej znanych obszarów chronionych w Polsce. Mowa o Poleskim PN. Jego obszar pokrywają lasy, jeziora, torfowiska i bagna. Krajobraz Parku miejscami przypomina tundrę. Rosną tutaj typowe dla tundry rośliny, takie jak brzoza niska i wierzba lapońska. Lokalnym ewenementem są torfowiska wykształcone na kożuchach roślinnych, unoszących się na wodzie. Takie kożuchy zdolne są unieść człowieka.

W Parku gnieździ się wiele cennych gatunków ptaków, w tym silnie zagrożonych. Jednak specyficznymi przedstawicielami poleskiej fauny są gady. Podmokłe tereny Parku upodobał sobie na przykład żółw błotny, mało gdzie w Europie występuje aż tak licznie. Dorosły żółw dorasta do 20 cm i waży 1 kg. Ten jedyny, żyjący w Polsce, żółw ma ciemnoszary pancerz i żółte plamy na łapach. Jest on drapieżnikiem, ale pływa zbyt wolno, żeby złapać żywą rybę. Dlatego musi zadowalać się bezkręgowcami. Zimę przesypia zakopany w mule. Ze snu zimowego budzi się w marcu lub kwietniu i wtedy najłatwiej go spotkać. Żółwie wychodzą z zimnej wody i długo wygrzewają się na słońcu z podniesioną głową i z wyciągniętymi łapami.

Innym gadem, który upodobał sobie torfowiska i bory bagienne Polesia, jest żmija zygzakowata – jedyna jadowita żmija spotykana w Polsce. Podczas polowania ustawia zęby jadowe w pozycji stojącej i uderza ofiarę przy szeroko


Okolice Berehów Górnych w Bieszczadach

JANUSZ GRZECH

otwartej paszczy. Po ukąszeniu puszcza ofiarę (mysz, jaszczurkę, żabę), która jest w stanie uciec tylko na kilka metrów. To bardzo pożyteczne zwierzę unika człowieka. Czasem jednak pozwala się podejść. Dlatego w miejscach, gdzie jego populacja jest tak duża jak w Poleskim PN, spotkania nie należą do rzadkości.

Dyrekcja Parku stara się nie tylko zachować przyrodę w formie jak najbardziej zbliżonej do naturalnej, ale także ratować tradycyjną kulturę Polesia. Dlatego prowadzi starania o utworzenie na terenie Polski i Ukrainy Międzynarodowego Rezerwatu Biosfery „Polesie Zachodnie".


BE&W

Góry jeszcze niezadeptane

W tej wybiórczej wędrówce po polskich parkach narodowych czas przenieść się w góry. Znajduje się tutaj aż osiem parków narodowych, z których trzy należą



PIERWSZE EKOUSTAWODAWSTWA

Pierwsze na świecie ustawodawstwo o ochronie przyrody i najstarszy rezerwat dzikich zwierząt powstały przypuszczalnie na Sri Lance. Rezerwat ustanowił król Devanampijatissa w III w p.n.e. Już z ery nowożytnej pochodzi inskrypcja z edyktem cejlońskiego króla Nissanka Malla: „[...] zarządził przez bicie w bębny, że nie wolno zabijać żadnego zwierzęcia w obrębie 7 gaw (40 km) od miasta, dał bezpieczeństwo zwierzętom. Dał też bezpieczeństwo rybom w 12 wielkich zbiornikach. Zakazał łapania ptaków i tym samym dał bezpieczeństwo ptakom" (Jacek Kałuszko, Parki Narodowe'2/2001).

W 1864 r. Kongres Stanów Zjednoczonych objął ochroną park Doliny Yosemite i Ogromnych Drzew Mariposa w Kalifornii. Trzydzieści lat później teren ten przekształcono w Park Narodowy Yosemite. Pierwszym parkiem federalnym był jednak Park Narodowy Yellowstone, otwarty w 1872 r. Zadaniem specjalnej Służby Parków Narodowych, powołanej do opieki nad Yellowstone, było: „konserwować i chronić naturalny krajobraz, pierwotną florę i faunę, udostępniać i uprzyjemniać pobyt zwiedzającym takimi metodami i w taki sposób, by zachować nienaruszone zasoby przyrody dla przyszłych pokoleń". Pierwszy polski park narodowy utworzono w Białowieży w 1932 r. W 1979 r. UNESCO uznało go za pierwszy i jedyny w Polsce przyrodniczy obiekt Dziedzictwa Światowego.

do najchętniej odwiedzanych w Polsce. W ich przypadku, a rzecz dotyczy Tatrzańskiego PN, Karkonoskiego PN i Pienińskiego PN, można mówić wręcz o nawałnicy turystów. W sezonie letnim, np. Morskie Oko odwiedza do 10 tys. osób dziennie! W takich warunkach nie ma mowy o wypoczynku w ciszy i spokoju. Wręcz przeciwnie, w miejscach trudnych i wymuszających powolne poruszanie się, notowano w Tatrach liczne przypadki agresji. Sytuacja w Karkonoszach i Pieninach nie wygląda jeszcze tak dramatycznie, ale latem i tam trudno o spokój.

Nieco lepiej jest w Bieszczadach, gdzie ruch turystyczny rozprasza się na znacznie większej powierzchni. Sam Bieszczadzki PN zajmuje 29 tys. ha, a obszar chroniony – razem z sąsiadującymi parkami krajobrazowymi: Doliny Sanu i Ciśniańsko-Wetlińkim – obejmuje aż 108 tys. ha, czyli ponad trzykrotnie więcej niż parki – Tatrzański, Pieniński i Karkonoski razem wzięte.

Pomyśleć, że jeszcze w latach 70. Bieszczadzki PN obejmował jedynie skrawki połoniny Caryńskiej oraz pasmo Tarnicy i Bukowego Berda (ok. 6 tys. ha). Większą powierzchnię zajmowały wtedy, niedostępne dla turystów, tereny łowieckie Ministerstwa Spraw Wewnętrznych. Na plany powiększenia parku niechętnie patrzył też przemysł drzewny, który trzebił tutejsze lasy, oraz przedsiębiorstwo Iglopol, które, zasilane potężnymi dotacjami z budżetu państwa, próbowało rozwinąć na wielką skalę hodowlę bydła i owiec. Przedsięwzięcie zakończyło się całkowitą klęską. Włości Iglopolu popadły w ruinę, w ocalałych budynkach urządzono hotele dla turystów, a w dawnej owczarni w Wołosatem pracownicy parku narodowego prowadzą hodowlę konia huculskiego. Jest to jedyne miejsce w kraju, gdzie prowadzi się szkolenia przodowników górskiej turystyki jeździeckiej. Swoje umiejętności można sprawdzić od razu na bieszczadzkich szlakach, w Bieszczadzkim PN wytyczono bowiem sieć tras turystyki konnej. Niektóre rewiry Parku można również przemierzać na rowerach górskich. Jednak najlepsze warunki znajdą tu miłośnicy pieszych wędrówek. Szlaki są dobrze oznakowane i nie należą do zbyt trudnych. Zawsze jednak trzeba liczyć się z koniecznością wielogodzinnego marszu. Za to po wędrówce nie ma większego kłopotu ze znalezieniem noclegu. Gęsta jest tu sieć pól namiotowych i małych „noclegowni" (Bieszczadzki PN prowadzi kemping w Wetlinie i punkty noclegowe w Tarnawie i Wołosatem).



JANUSZ GRZECH

Bieszczadzkie jagodziska skąpane w jesiennym słońcu

Około 80% powierzchni Parku zajmują lasy mieszane z przewagą drzew liściastych. Niektóre kompleksy leśne mają charakter pierwotny, lecz naturalność szaty roślinnej Bieszczadów wynika nie tylko z dobrego zachowania przyrody z przeszłości. Przez ostatnie 50. lat, w krainie dolin oraz na połoninach i w lasach, doszło do tzw. spontanicznej renaturalizacji, czyli powrotu zbiorowisk roślinnych na obszary porzucone przez człowieka. To samo dotyczy świata zwierząt. Rozrosły się populacje drapieżników – niedźwiedzia, rysia i wilka. W lasach jest znacznie więcej jeleni. Pod koniec lat 60. sprowadzono żubry. Rezerwat Krywe na północ od granicy Bieszczadzkiego PN jest przypuszczalnie ostatnią ostoją w Polsce węża eskulapa. Ten niejadowity wąż dorasta do 1.7 m. Ma zabarwienie brązowe, a z obu stron głowy znajdują się białe lub żółte plamy, szczególnie intensywne u młodych osobników. Przez lata wąż licznie zasiedlał ruiny porzuconych wsi, jednak napływ osadników i turystów zatrzymał ten proces. Dzisiaj eskulapa należy do zwierząt skrajnie zagrożonych wyginięciem.

Bieszczady zachowały wiele ze swej surowej urody. Na pewno bardzo w tym pomogło objęcie ochroną sporego ich obszaru oraz niska gęstość zaludnienia (poniżej 1 osoby/km^2). Dzięki temu Bieszczadzkiemu PN nie zagraża np. rolnictwo (nawozy sztuczne) czy dzikie budownictwo. Również rozmiary kłusownictwa są tutaj znacznie mniejsze niż w parkach narodowych leżących bliżej siedzib ludzkich.

Parki narodowe to miejsca, które żyją swoim życiem. Nie tętnią warkotem samochodów, nie pulsują światłami neonów i nie krzyczą miejską muzyką. Tu wszystko toczy się w innym rytmie – w rytmie natury. I tylko od człowieka, jej integralnej części, zależy, jak długo ten rytm pozostanie niezakłócony.

W artykule wykorzystano informacje ze „Sprawozdania rocznego '1999", Krajowego Zarządu Parków Narodowych.

IDEA DLA ZIEMI

W czerwcu, Idea, wspólnie z Fundacją Komunikacji Społecznej oraz Fundacją Nasza Ziemia, zainicjowała kampanię „Idea dla Ziemi – Parki Narodowe".

Przeprowadzana w przedwakacyjnym okresie kampania, stawia sobie za cel promocję „ideologii" parków narodowych, jako miejsc szczególnie cennych, ale żywych – nie muzeów i zamkniętych rezerwatów lecz terenów, gdzie człowiek może w pełni korzystać z dobrodziejstw natury. Drugim ważnym aspektem kampanii jest promocja proekologicznego zachowania w parkach narodowych – człowiek może czerpać z Natury, ale tylko za cenę przestrzegania zasad poszanowania praw i potrzeb zwierząt oraz roślin. Idea propaguje podejście, że „nie tam jest czysto, gdzie się sprząta, lecz tam, gdzie się nie śmieci".



BE&W

Dolina Pięciu Stawów w Tatrach

POCZUJ.SZANUJ.PÓKI SĄ...

www.ideadlaziemi.pl

FOTO AGENCJA PIĘKNA 2

IDEA dla ziemi

FUNDACJA KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ

Fundacja Nasza Ziemia

PARKI NARODOWE.pOKochaj

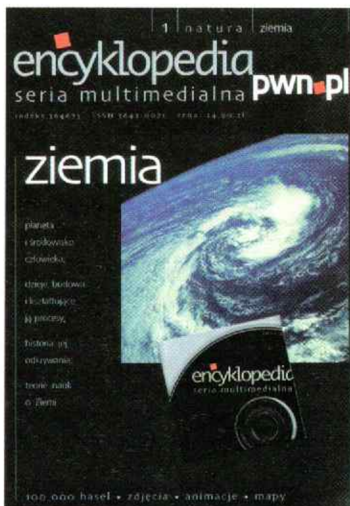
Cyfrowa biblioteka

PAWEŁ PIASECKI

ENCYKLOPEDIA PWN.PL – ZIEMIA I ŚWIAT STAROŻYTNY

Po sporym sukcesie pierwszej serii encyklopedii w odcinkach, PWN wprowadził na rynek encyklopedyczną serię multimedialną.

Są to właściwie dwie serie publikacji – jedna grupuje płyty pod wspólnym hasłem „Natura", druga zaś nosi tytuł „Kultura". Publikacje z obydwu serii ukazują się na rynku na przemian, wzajemnie się uzupełniając. Serię „Natura" otworzyła w kwietniu br. „Ziemia" (drugim tytułem był „Wszechświat"), natomiast „Świat starożytny" zainaugurował „Kulturę" (w lipcu w tej serii ukazują się „Cywilizacje Europejczyków"). Ostatnimi pozycjami w obydwu „liniach" encyklopedii będą atlasy – ukażą się w sierpniu i wrześniu 2002 r.



Jeśli ktoś myśli, że pod względem zawartości treściowej płyty stanowią powielenie wcześniejszych publikacji PWN – myli się. Znaczna część artykułów i esejów została napisanych specjalnie dla nowej serii encyklopedycznej. Zwraca uwagę bogata warstwa ilustracyjna. Na przykład na płycie „Ziemia" znajduje się 1400 fotografii i rysunków, 72 tabele, 30 map, a ponadto 9 animowanych wykładów, którym towarzyszą czytane przez lektora komentarze.

W każdej z publikacji oprócz płyty CD-ROM umieszczono zeszyt, w którym obok obszernej instrukcji obsługi encyklopedii umieszczono dodatkowe informacje związane z zawartością krążka (w przypadku „Ziemi" jest to oś czasu ilustrująca formowanie się kuli ziemskiej oraz ewolucję gatunków fauny i flory). Dodatkową atrakcję stanowi duży (format A2), kolorowy plakat.



Całość materiału uzupełnia niemal 100.000 haseł tekstowych z „Encyklopedii PWN w trzech tomach". Są one instalowane na twardym dysku komputera i dostępne bez konieczności umieszczania w napędzie płyty CD-ROM z encyklopedią.

Warto dodać, że każda z płyt wchodzących w skład serii zintegrowana jest z internetową witryną pwn.pl, a poprzez nią z innymi ciekawymi stronami w sieci, takimi jak: Archiwum NASA, Bank ilustracji UNESCO czy National Geographic. Uruchomione w Internecie listy dyskusyjne umożliwiają użytkownikom serii kontakt z autorami artykułów.

Cenę publikacji (24,90 zł) należy uznać za kolejną zachętę do zakupu. Encyklopedię można także zaprenumerować.

ANGIELSKI NA CD

Oprócz map i atlasów samochodowych, wydawnictwo Cartall specjalizuje się w przystępnych cenowo programach edukacyjnych.

„Angielski na CD" nie jest multimedialnym programem językowym „z wyższej półki", ale zawiera obszerny wykład gramatyki języka angielskiego ilustrowany setkami przykładów. Do każdego zagadnienia opracowano kilkanaście rodzajów interaktywnych ćwiczeń. Program można szczególnie polecić osobom, które pragną sprawdzić swoje umiejętności językowe – znajdą tu ponad 250 zestawów egzaminów maturalnych i testów na wyższe uczelnie. „Angielski na CD" pomaga też w przygotowaniach do popularnego egzaminu First Certificate – po rozwiązaniu 8 testów można wysłać je pocztą elektroniczną do szkoły College of English, której nauczyciele sprawdzą poprawność odpowiedzi.



„Słownik Polsko-Angielski i Angielsko-Polski", dołączony do programu, zawiera tłumaczenia około 60 tys. wyrazów, ich formy gramatyczne i przykłady użycia. Umożliwia dodawanie własnych słów i ich edycję. Zaawansowane techniki pozwalają na błyskawiczne uzyskanie informacji, a system odnośników pozwala na poznanie synonimów, homonimów, wyrażeń bliskoznacznych itp. Na uwagę zasługuje opcja automatycznego tłumaczenia, która umożliwia szybkie przetwarzanie długich list słów i wyrażeń.

ENCYKLOPEDIA DLA DZIECI + JAK TO DZIAŁA?

Optimus Pascal Multimedia stosuje ostatnio – z powodzeniem – metodę „recyclingu".

OPM (oddział Onet.pl) coraz częściej wprowadza ponownie do sprzedaży – w innym opakowaniu – publikacje, które ukazały się na rynku już wcześniej. I tak „Encyklopedia dla dzieci", którą teraz mianowano „Wielką Multimedialną Encyklopedią dla Dzieci", jest oparta na publikacji brytyjskiego wydawnictwa Dorling Kindersley z 1996 r., wprowadzonej do Polski przed paroma laty. Na szczęście zawartość encyklopedii jest w znacznej mierze uniwersalna i praktycznie się nie starzeje. Ponadto nabywcy tej publikacji otrzymują dodatkowy bonus, którym jest przewodnik po magicznym świecie urządzeń, wynalazków i odkryć zatytułowany „Jak to działa?". To oczywiście także nie nowość, ale, trzeba oddać sprawiedliwość wydawnictwu, jeden z najlepszych programów edukacyjnych dla dzieci.



OPM zapewnia, że encyklopedia – zawierająca 650 tys. słów, ponad 5 tys. ekranów i kilkadziesiąt sekwencji wideo – „zaspokaja głód wiedzy każdego młodego naukowca". Rzeczywiście, program jest nie tylko solidnie przygotowany pod względem merytorycznym, ale i bardzo atrakcyjny w odbiorze.

Internetowe serwisy turystyczne szybko pozyskują nowych użytkowników i wykazują się znaczną rentownością, nawet w okresie zdecydowanie nieprzychylnym dla „nowej gospodarki".

Kliknij, zarezerwuj, poleć

Paweł Piasecki

Tylko od sierpnia 2000 r. do stycznia 2001 r. serwisy, umożliwiające rezerwację biletów lotniczych on-line i udostępniające dodatkowe usługi dla podróżnych, zarobiły 1,2 mld USD. Wizyty na stronach turystycznych w Internecie wzrosły w tym okresie aż o 42% – do 22 milionów odwiedzin miesięcznie.

Na tym lukratywnym rynku konkurują ze sobą przede wszystkim podróżnicze portale (np.: **Travelocity.com**,



a w Polsce niedawno otwarty – **Travelplanet.pl**), interaktywne



oddziały tradycyjnych biur podróży (modelowym przykładem jest serwis Rainbow Tours) oraz oczywiście linie lotnicze.

Najbardziej „internetowym" przewoźnikiem na świecie są, istniejące od sześciu lat, brytyjskie linie lotnicze easyJet (**www.easyjet.com**). Aż 75% ich klientów dokonuje rezerwacji on-line. Slogan reklamowy easyJet „web's favourite airline" dowcipnie nawiązuje do hasła British Airways – „world's favourite airline". Linie, obsługujące dziś 18 portów



europejskich, oferują niskie ceny lotów dzięki wyeliminowaniu biletów (potrzebny jest tylko paszport i „numer rejestracyjny"), korzystaniu z mniej zatłoczonych lotnisk, a także rezygnacji z darmowych posiłków na pokładzie samolotu (pasażer może kupić napoje i przekąski w easyKiosk).

W Polsce sieciowym pionierem są Linie Lotnicze LOT (**www.lot.com**). Program „LOT



w Internecie" powstał już w 1995 r., ale skierowany był na początku do Polonii amerykańskiej. Sprzedaż biletów on-line na dobre rozpoczęła się w październiku 1997 r. System nazwany TicketsOnLine umożliwił, po raz pierwszy w polskim Internecie, dokonywanie transakcji w czasie rzeczywistym. Pasażerowie samodzielnie budują na stronach www trasę swojej podróży zestawiając kolejne segmenty: miasto odlotu, miasto przylotu oraz daty kolejnych etapów podróży. Zakupione w sieci bilety (obowiązuje na nie 5% zniżka) dostarczane są pod wskazany adres pocztą kurierską bez dodatkowych opłat. Ponadto wystarczy zarejestrować się na internetowej stronie, aby otrzymywać za pośrednictwem elektronicznej poczty informacje o aktualnych akcjach promocyjnych LOT-u, np. Kalejdoskop Promocji. Korzystając z tej akcji można w ciągu tygodnia kupić bilet po atrakcyjnej cenie na proponowany przez linie kierunek (w kolejnym tygodniu oferowane są nowe kierunki).

Aukcje biletów lotniczych

Coraz większą popularnością cieszą się internetowe aukcje biletów lotniczych – zniżki sięgają nawet 50%. W zeszłym roku LOT podjął współpracę z serwisem aukcyjnym Allegro (**www.allegro.pl**).



Na pierwszą aukcję wystawiono weekendowe bilety z Warszawy do Paryża, Aten i Rzymu, których cena wywoławcza wynosiła 1 zł. Dużą aktywność „aukcyjną" wykazują w polskim Internecie także niemieckie linie Lufthansa i holenderskie linie KLM (te drugie zostały niedawno partnerem serwisu aukcyjnego **OneTwoSold.pl**).

Sprzedażą biletów lotniczych trudnią się także internetowi pośrednicy – w Polsce takim serwisem jest **a1r.pl**. Oczywiście w tym przypadku obowiązuje zasada: obojętne jaka linia, liczy się najkorzystniejsze połączenie. Bilety oferowane przez a1r.pl można kupić także ze stron portali **Hoga.pl** i **YoYo.pl**. Użytkownicy serwisu mogą zarezerwować lot według rozkładu lotów 600 linii lotniczych oraz zamówić pokój w jednym z 45 tys. hoteli. Serwis A1R oferuje podróżnym konkurencyjne ceny – własne taryfy ulgowe i korzystne taryfy publikowane przez linie lotnicze.

Portale turystyczne

Internautom, którzy jeszcze nie zdecydowali, gdzie polecą na wakacje polecam portale turystyczne. Zawierają one zazwyczaj platformę transakcyjną, ale przede wszystkim są bardzo obszernymi, praktycznymi i darmowymi informatorami. Przebojem tego lata może okazać się uruchomiony na początku maja br. serwis turystyczny Travelplanet (**www.travelplanet.pl**), którego głównym udziałowcem jest MCI Management, czołowy polski fundusz inwestujący w firmy internetowe. Część informacyjna obejmuje m.in. przewodniki po kilkudziesięciu krajach, opisy lokalnych rozrywek i przysmaków oraz porady praktyczne, np. z zakresu medycyny i pomocy konsularnej. Serwis oferuje także bogaty dział aktualności ze świata turystyki („Wiadomości Planety"). Natomiast w dziale „Wasze opinie", poznać można relacje z podróży (teksty i zdjęcia) innych internautów. Celem TravelPlanet jest zgrupowanie pod jednym adresem internetowym ofert największych biur podróży w Polsce, takich jak: Scan Holiday, VING, Neckermann i Eurocamp. Internauci mają więc dostęp do niemal 50 tys. ofert i uaktualnianych non-stop superofert, wycieczek last minute oraz – oczywiście – zakupu on-line biletów lotniczych (możliwa rezerwacja dowolnej trasy lotniczej na świecie). W Travelplanet funkcjonuje również Centrum Obsługi Telefonicznej. Za jego pośrednictwem można zarezerwować miejsce na imprezach turystycznych (sprzedawanych przez Travelplanet.pl) oraz otrzymać informację o ofertach biur podróży.

Ciekawą usługą oferowaną poprzez Internet, jest wynajem domów i mieszkań wakacyjnych. Liderem w tym sektorze rynku turystycznego jest istniejąca od 1965 r., w Polsce obecna od ośmiu lat, firma Interhome (**www.interhome.pl**). W ubiegłym roku aż 20% rezerwacji w polskim oddziale Interhome zostało dokonanych za pośrednictwem Internetu. System umożliwia rezerwację on-line ponad 18 tys. domów i mieszkań wakacyjnych w 16 krajach europejskich. Użytkownicy mają dostęp do opisu obiektów (wraz ze zdjęciami), mogą także przeszukiwać bazę danych pod kątem standardu obiektów. Od maja br. oferta Interhome dostępna jest także w portalu **Interia.pl**.

Potentaci branży fonograficznej zrozumieli wreszcie, że samo wygranie procesu z Napsterem nie jest receptą na rozwiązanie problemu nielegalnego kopiowania i dystrybucji nagrań muzycznych w Internecie.

Muzyka w sieci autorskich praw

Paweł Piasecki

Ponad 60% internautów, którzy kopiują cyfrową muzykę z sieci nie interesuje się kwestią praw autorskich i ich ochroną.

Doszli do wniosku, że trzeba dać internautom jakąś alternatywę wobec tego superpopularnego darmowego serwisu, który dla milionów jego użytkowników stał się symbolem wyzwolenia spod dyktatu koncernów płytowych, a dla tychże koncernów synonimem piractwa. Sęk tkwi w tym: czy da się przekonać konsumentów, by zechcieli płacić za coś, co do tej pory oferowano im za darmo?

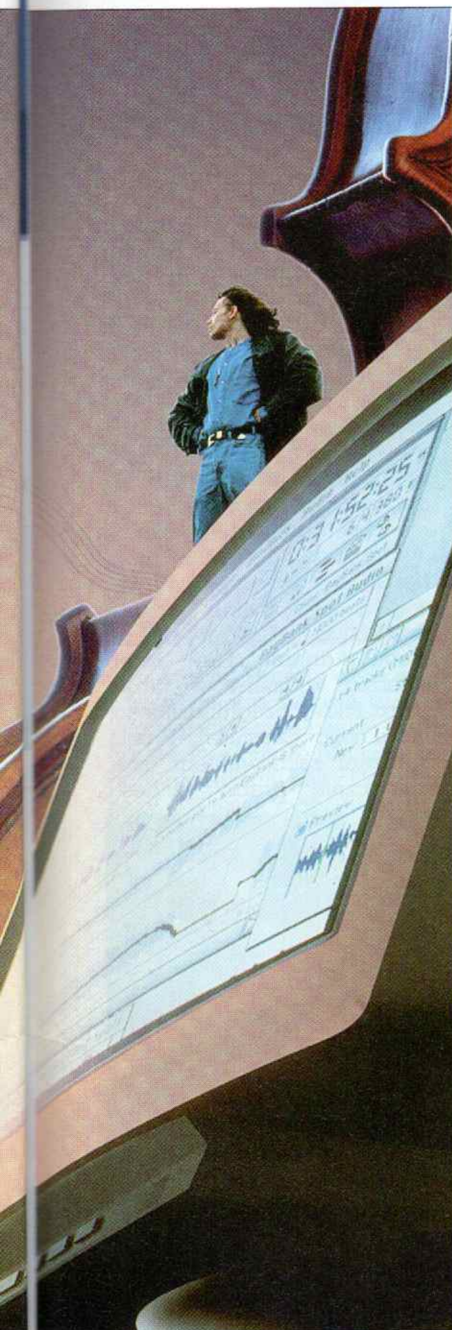
Kariera „muzyki z Internetu" byłaby niemożliwa bez technologii mp3. Umożliwia ona zapisywanie nagrań w postaci skompresowanych (czyli „ściśniętych" do objętości kilku MB) plików komputerowych. Nie wpływa to na jakość odtwarzanego dźwięku, a ponadto na zapisie nie ma zabezpieczeń, które uniemożliwiałyby kopiowanie materiału chronionego prawem autorskim. Stosunkowo niewielka objętość plików mp3 zachęca, zwłaszcza przy coraz większym rozpowszechnieniu – głównie w Stanach Zjednoczonych – szerokopasmowego dostępu do Internetu, do kopiowania nagrań i rozsyłania ich drogą elektroniczną. Ten właśnie fakt postanowił wykorzystać Napster (www.napster.com), założony w styczniu 1999 r. O ile przeciętny użytkownik jest w stanie zgromadzić na domowym komputerze kilkadziesiąt, najwyżej kilkaset empetrójek, to dzięki Internetowi może skontaktować się z milionami podobnych sobie kolekcjonerów cyfrowej muzyki i uzyskać dostęp do gigantycznego zbioru nagrań. Potrzebne jest tylko oprogramowanie, pozwalające na sprawne dokonywanie darmowej wymiany plików (w rozumieniu koncernów płytowych oczywiście zupełnie nielegalnej) – i takie oprogramowanie dostarczył Napster.

Walka z piratami

Nie wiadomo dokładnie, jakie straty ponosi branża fonograficzna z powodu wymiany pirackich plików za pośrednictwem Internetu. Biorąc jednak pod uwagę fakt, że tylko we wrześniu ub. roku, internauci skopiowali za pośrednictwem Napstera 1,39 mld utworów, straty muszą być liczone w setkach milionów dolarów miesięcznie. Sen z powiek szefów firm fonograficznych spędza również to, że 61% użytkowników Internetu, którzy kopiują cyfrową muzykę, nie interesuje się w ogóle kwestią praw autorskich i ich ochroną. Ankieta, przeprowadzona przez Pew Internet, pokazała również, że 78% użytkowników sieci nie traktuje nielegalnego kopiowania utworów muzycznych jako kradzieży. Część ekspertów przekonuje wprawdzie, że pozyskanie za darmo jednego nagrania może skłonić konsumenta do zakupu całej płyty, jednak jak dotychczas ta teoria znajduje słabe odzwierciedlenie w rzeczywistości.

Przemysł fonograficzny, reprezentowany głównie przez tzw. majors, czyli pięć największych wytwórni płytowych (ich łączny udział w globalnym rynku przekracza 60%), przystąpił – za pośrednictwem wynajętych prawników – do zmasowanych ataków na systemy dystrybucji i wymiany plików mp3, przede wszystkim Napstera. Już w grudniu 1999 r. instytucja reprezentująca interesy branży w Stanach Zjednoczonych (Recording Industry Association of America) wytoczyła mu proces sądowy. Stanąwszy w obliczu konieczności zamknięcia serwisu, Napster próbował załatwić sprawę polubownie, oferując wypłacenie koncernom – bagatela! – 1 mld USD w ciągu pięciu lat tytułem odszkodowania, ale propozycja ta nie spotkała się z pozytywnym przyjęciem. Ze swoją bazą 70 mln użytkowników, w większości zaprzysięgłych przeciwników ponoszenia jakichkolwiek kosztów związanych z dostępem do plików muzycznych (i jakichkolwiek innych) w Internecie, Napster był początkowo dla wytwórni płytowych wyłącznie wrogiem. Z czasem jednak szefowie koncernów zaczęli się zastanawiać, czy zamiast niszczyć firmę, nie lepiej przeciągnąć ją na swoją stronę. Jako pierwszy rękę do Napstera wyciągnął Bertelsmann (właściciel firmy płytowej BMG). W październiku 2000 r. podpisano porozumienie o współpracy z wyklętym dotąd serwisem i zaoferowano mu około 50 mln USD na przebudowę oprogramowania, która zapewniłaby „filtrowanie" nielegalnych kopii nagrań. Na początku czerwca br. po-

BE&W



jawiły się informacje, że Napster jest bliski zawarcia umowy licencyjnej z trzema wytwórniami (Warner, EMI, BMG), zapewniającej tantiemy wykonawcom, których utwory zostaną udostępnione w serwisie (oczywiście kosztami musieliby zostać obciążeni użytkownicy).

Technologia peer-to-peer

Czy jednak fani Napstera zdecydują się sięgnąć do portfeli? Gdy w marcu br. sąd nakazał usunięcie z Napstera wszystkich utworów, których autorzy domagają się ochrony swych praw, serwis zaczął szybko tracić na popularności. Od lutego do maja br. liczba dziennych „pobrań" utworów z serwera spadła o ponad 40%. Sytuacja Napstera jest tym bardziej niewygodna, że zaczęły pojawiać się darmowe alternatywy dla muzycznego superserwisu. Większość z nich opiera się na technologii peer-to-peer, czyli bezpośredniego połączenia między komputerami użytkowników. Taka technologia oznacza, że nie istnieje żaden serwer, umożliwiający komunikację, więc – mówiąc wprost – nawet w przypadku naruszenia praw autorskich nie ma czego zamknąć.

Jednym z najbardziej znanych programów tego typu jest Gnutella, napisana przez byłych pracowników America On Line – Justina Frankla i Toma Peppera. Gnutella pozwala na wymianę wszelkich typów plików, jest darmowa i – co stanowi najcięższy orzech do zgryzienia dla firm fonograficznych – całkowicie zdecentralizowana. Trudno sobie wyobrazić, by ktokolwiek był w stanie kontrolować, co jest kopiowane przez dziesiątki milionów użytkowników na całym świecie. Sprawdzanie komputerów użytkowników w poszukiwaniu nielegalnych nagrań również nie wydaje się możliwe, przynajmniej przy założeniu przestrzegania zasady ochrony prywatności. Jedyną szan-są dla branży płytowej wydaje się wprowadzenie i upowszechnienie standardu, dzięki któremu możliwe byłoby zabezpieczanie plików przed nielegalnym kopiowaniem. Taką ochronę umożliwiają m.in. najnowsze wersje Windows Media (WMA) czy RealAudio. Przed twórcami tych technologii stoi jednak wyzwanie – przekonać użytkowników o wyższości nowych standardów nad mp3.

Cyfrowe certyfikaty

O ile ubiegły rok stał prawie wyłącznie pod znakiem walki z Napsterem, to w roku 2001 wytwórnie płytowe zaczęły zastanawiać się nad innymi rozwiązaniami. Nie skupiają się już tylko na ferowaniu wyroków i wydawaniu antypirackich zakazów. Przeszły do kontrataku, czyli wykorzystania Internetu jako nowego, potężnego kanału dystrybucji legalnych produktów.

2 kwietnia br. wielkie koncerny medialne – Bertelsmann, AOL Time Warner oraz grupa EMI – ogłosiły, że łączą siły z dostawcą technologii Real Networks i tworzą internetowy sojusz pod nazwą MusicNet. Przedsięwzięcie ma polegać na udostępnianiu zarejestrowanym użytkownikom – po opłaceniu miesięcznego abonamentu o nieustalonej jeszcze wysokości (prawdopodobnie 10-15 USD) – nagrań w tzw. technologii strumieniowej (streaming audio). Najkrócej mówiąc polega to na tym, że plików nie można zapisywać na twardym dysku – każde odtworzenie nagrania wymaga połączenia z serwerem. W przyszłości planowane jest także udostępnienie plików do zapisu na domowym komputerze. Będą do nich dołączone specjalne cyfrowe certyfikaty pełniące kilka funkcji: potwierdzenie legalnego pochodzenia nagrania, zabezpieczenie przed dalszym kopiowaniem, możliwość monitorowania tego, gdzie i kiedy plik jest odtwarzany. Jeżeli użytkownik przestanie opłacać abonament, certyfikaty automatycznie utracą ważność i wcześniej pobranych nagrań nie będzie już można odtwarzać.

Muzyka w abonamencie

Prawie jednocześnie z debiutem MusicNet media doniosły o podpisaniu porozumienia między najpopularniejszym na świecie portalem Yahoo!, a muzyczną platformą internetową Duet, budowaną od drugiej połowy zeszłego roku przez Vivendi Universal i Sony. Universal jest największym koncernem fonograficznym na świecie (23% globalnej sprzedaży), zaś wraz z Sony Music Entertainment ma łącznie 47% udział w amerykańskim rynku płytowym. Duet, serwis oparty na płatnej subskrypcji, ma ruszyć już w lecie br. Na początku oferta obejmować będzie przekaz dźwięku w technologii streaming audio, a później możliwość zapisywania utworów na komputerze użytkownika, tworzenia playlisty itd. Podobnie jak w wypadku MusicNet, wysokość miesięcznego abonamentu za korzystanie z usług Duetu nie została jeszcze ustalona. Twórcy platformy, pamiętając o problemach Napstera, podkreślają, że będą bezwzględnie przestrzegać praw autorskich artystów. Oprócz utworów pochodzących z katalogów Universalu i Sony, Duet planuje też udostępnianie nagrań innych wytwórni płytowych. Howard Stringer, szef amerykańskiego oddziału Sony, uważa, że sukces Duetu będzie zależał od dwóch czynników: ceny usługi i łatwości korzystania z platformy.

Kolejnym przejawem starań koncernów o wykorzystanie potencjału drzemiącego w Internecie jest ogłoszona pod koniec maja br. decyzja Vivendi Universal o zakupie (za 372 mln USD) cieszącego się ogromną popularnością serwisu mp3.com. Posunięcie jest o tyle zaskakujące, że jeszcze pół roku wcześniej muzyczny portal, oskarżany o nieprzestrzeganie praw autorskich, znajdował się właściwie po tej samej stronie barykady co Napster. Założyciel i szef mp3.com, Michael Robertson, okazał się jednak zręcznym negocjatorem i w listopadzie 2000 r. doprowadził do polubownego rozstrzygnięcia sporu prawnego z Universal Music, przypieczętowanego wypłatą ponad 53 mln USD odszkodowania. Obecnie jeden z serwisów mp3.com pozwala zarejestrowanym użytkownikom na tworzenie cyfrowych kopii nagrań pochodzących z płyt, które wcześniej legalnie zakupili. Dzięki temu zyskują dostęp do swej muzycznej kolekcji z dowolnego miejsca na Ziemi, bez konieczności używania kompaktowych krążków. Portal zajmuje się także promowaniem twórczości wykonawców, którzy nie znaleźli się jeszcze w katalogach wielkich wytwórni płytowych, a zatem nie ma przeszkód, by udostępniać ich utwory. Technologie przechowywania i udostępniania plików muzycznych stosowane przez mp3.com zostaną najprawdopodobniej wykorzystane przez platformę Duet.

Co nowego w kinach

Małgorzata Węgrzecka

PIĘTNAŚCIE MINUT
reż. John Herzfeld

Jeszcze nigdy wcześniej prawo i media nie były ze sobą w tak ścisłej i tak niebezpiecznej symbiozie. Mordercy wynajmują specjalistów od tworzenia wizerunku i w czasie najlepszej oglądalności dzielą się z telewidzami swoimi zwierzeniami. Każdy – od najgorszych gangsterów po prawników prezydenta – żyje po to, by znaleźć się choć przez chwilę w świetle reflektorów. Zbrodnie, chaos, katastrofy mogą przerażać, ale nie da się zaprzeczyć, że w dzisiejszym świecie przynoszą oglądalność, pieniądze i władzę. Do czego posuną się najwięksi desperaci dzisiejszego świata żeby przeżyć swoje „pięć minut" i czy telewidzowie zechcą to oglądać? To pytania, które stawia film Johna Herzfelda „Piętnaście minut" – inteligentny, poruszający thriller, traktujący o obliczu świata w Erze Mediów. Świeże i oryginalne, nie pozbawione czarnego humoru spojrzenie Herzfelda na miasto, w którym jak nigdzie krzyżują się drogi policji, przestępców i wszechobecnych kamer telewizyjnych.

„Piętnaście minut" wciska widza w sam środek medialnej rzeczywistości – Nowy Jork przesycony krzykliwymi kolorami i migawkową, teledyskową scenerią. Charakterystyczny styl filmu ma być odbiciem napędzanego sensacją telewizyjnego cyrku. Reżyser postarał się, by kontrastowe zdjęcia oddawały siłę zderzenia prawdziwej tragedii z „poetyką" wiadomości telewizyjnych. Scenariusz Herzfelda powstał na bazie jego fascynacji kultem sławy i popularności we współczesnej kulturze amerykańskiej i ich wpływu na American Dream. „Kiedyś American Dream oznaczał przybycie do Ameryki i odniesienie sukcesu okupionego uporem i ciężką pracą – wyjaśnia Herzfeld. – Ale teraz jest to kultura, w której nikt nie jest odpowiedzialny za to, co robi, a każdy chciałby być sławny, choć nie bardzo ma za co."

Głównym wątkiem „Piętnastu minut" jest tajemnica podwójnego morderstwa. Ale w filmie chodzi w takim samym stopniu o odkrycie prawdy, jak o zrozumienie, kto tą prawdą steruje. To thriller pokazany z zupełnie innego punktu widzenia – oczyma kamer telewizyjnych polujących na sensację za wszelką cenę. Tutaj policjanci gonią przestępców, media gonią policjantów, a całość wieńczą efektowne sceny pożarów. W roli Eddiego Flemminga – policyjnej supergwiazdy tropiącej morderców – Robert De Niro. Jak zawsze doskonały.


KINO ŚWIAT INTERNATIONAL

LIPCOWA PREMIERA DVD

Agnieszka Guzek

PRZEKRĘT
reż. Guy Ritche
Warner Bros

Miłośnicy czarnych komedii sensacyjnych w stylu, kultowego już – „Pulp Fiction" nie zawiodą się. W „Przekręcie" historia pewnego diamentu opowiedziana jest w mistrzowski sposób z błyskotliwymi, dowcipnymi dialogami i nieoczekiwanymi zwrotami akcji. Ale w końcu nie bez przyczyny Guy Ritche zwany jest brytyjskim Quentinem Tarantino. Nie bez przyczyny zadbano także o gwiazdorską obsadę filmu z Benicio del Toro i Bradem Pittem na czele. Wszystkie te zabiegi nie zawiodły i film odniósł spodziewany sukces kinowy.

Edycja na DVD jak zwykle wzbogacona jest o szereg tzw. dodatków. Ale uwaga – niektóre z nich są ukryte na dysku (tzw. easter eggs) i jest sporo zabawy z ich odszukaniem. Przeszkadza w tym nieco zbyt mała czcionka menu, ale wytrwali zostaną nagrodzeni.



Ponadto na płycie znajdują się m.in.: wstępny i ostateczny zwiastun kinowy, reklamy TV, galeria zdjęć, filmografie aktorów. Najwięcej jednak emocji wzbudzają reportaże oraz sceny w filmie niewykorzystane. Cykl reportaży rozpoczyna „Making of Snatch". Niemal pół godzinny dokument składa się z rozmowy prowadzonej przez aktora Jasona Stathama z reżyserem i producentem. Dialog wzbogacono przebitkami z planu filmowego oraz uzupełniono fragmentami filmu. Wypowiedzi innych twórców filmu znaleźć można także w reportażu pt. „Soundbites" oraz w krótkim materiale „B-Roll", w którym ukazano pracę na planie produkcyjnym. Spośród 6 zamieszczonych na płycie scen niewykorzystanych, trzy pierwsze zostały włączone do wersji filmu na DVD jako tzw. Stealing Stones. Wystarczy tylko podczas oglądania kliknąć na symbol diamentu i już następuje przejście do danego ujęcia. Z „Przekrętem" nie sposób się nudzić, a wersja na DVD, to dodatkowa porcja zabawy.

profit
Kino Ochota
Do 20% zniżki na usługi.
Warszawa, ul. Grójecka 65

MAŁY NICKY
reż. Steven Brill

Co Hieronim Bosch może mieć wspólnego z amerykańską diabelską komedią? Okazuje się, że bardzo dużo. To właśnie na jego obrazach wzorowali się filmowcy, żeby stworzyć jak najbardziej wiarygodny wizerunek piekła. A wszystko dlatego, że głowa szatańskiej rodziny – władca Piekła i Książę Ciemności (Harvey Keitel), mimo wcześniejszych obietnic, nie chce oddać tronu swoim dwóm starszym synom (Rhys Ifans – znany jako Spike, współlokator Hugh Granta w „Notting Hill" – gra przebiegłego Adriana; Tiny Lister, ostatnio widziany w filmie „Next Friday", zagrał dzikiego, brutalnego Cassiusa). Bracia oburzeni zachowaniem ojca, opuszczają Bramy Hadesu


KINO ŚWIAT INTERNATIONAL

i postanawiają stworzyć własne piekło na Ziemi. Wybierają się do Nowego Jorku, który ma być nowym miejscem ich panowania. Wyprawa diabląt sprawia, że Szatan z każdą minutą traci nie tylko swoją moc, ale powoli zaczyna znikać. Jedynym ratunkiem jest najmłodszy syn, niezdarny Nicky (Adam Sandler), który musi ocalić świat i ukochanego tatusia przed zagładą. Nicky nie ma jednak ochoty udzielać się w „rodzinnym interesie". Zamiast zdobywać ludzkie dusze woli słuchać heavy metalu. Niestety, nie ma wyjścia, wyrusza więc za braćmi do Nowego Jorku. Na Ziemi czeka na niego gadający pies – buldog Beffy, który opowiada mu jak żyją ludzie. Ale czy nauczy Nicka, jak ma wykorzystać swoją diabelską moc?

Nowości płytowe

Andrzej Ignatowski



URSZULA
Udar

Mimo błyskawicznie zmieniających się mód, Urszula wciąż gra swoje. Swoje, czyli pop-rocka z przewagą rocka. Nie znaczy to wcale, że płyta jest jakimś muzycznym skansenem. Producent albumu – Stanisław Zybowski wie dobrze, że stary dobry rock wcale nie musi brzmieć staro, a nowoczesność płyty nie polega na diametralnej zmianie stylu. Zresztą po co zmieniać coś, w czym Urszula czuje się dobrze i co lubią jej fani. Zamiast kombinowania lepiej poświęcić czas na stworzenie dobrych utworów. I tak jest w przypadku tego bardzo rzetelnego albumu. To po prostu dobre rockowe granie, które może nie porwie miłośników klubowych brzmień, ale lubiących poprzednie płyty Urszuli z pewnością zadowoli. Pierwszy singiel z tej płyty – „Piesek twist" już jest przebojem. W kolejce czekają: „Taka jak Ty", „Bridget Jones" i „Tenerife".

DESTINY'S CHILD
Survivor



Destiny's Child to dziś bez wątpienia najciekawszy żeński zespół wokalny na świecie. Trzy czarnoskóre dziewczyny nie tylko wyglądają ładnie i ładnie śpiewają ładne piosenki. One przy okazji wiedzą jak te piosenki napisać i zaaranżować wokalnie. Nie są, wzorem innych zespołów, marionetkami w rękach menedżerów. Same dobrze wiedzą na czym polega nagrywanie przebojowych, a przy okazji nietuzinkowych płyt. Najlepszym przykładem jest ich najnowszy album. Nic więc dziwnego, że od kilku miesięcy dziewczyny mają stałe miejsce na szczytach list przebojów (piosenki: „Independent Woman Part I" i „Survivor"). I pozostaną na tych szczytach jeszcze przez kolejne miesiące, gdyż na tym krążku znalazło się jeszcze kilka murowanych hitów.

KRZYSZTOF CUGOWSKI
Integralnie



Ta płyta to spełnienie wieloletnich marzeń wokalisty Budki Suflera. Cugowski od lat wspominał, że chciałby się zmierzyć z rockowymi klasykami i zinterpretować je na swój sposób. Ten „swój sposób" to tak naprawdę nic rewolucyjnego. Wręcz przeciwnie, interpretacje Cugowskiego są bardzo klasyczne, stonowane. Jakby chciał nam powiedzieć: „nie będę Was szokował, po prostu zaśpiewam Wam piosenki, które lubię". A wśród tych piosenek, które lubi, oprócz rockowych klasyków z „Perfect Strangers", „It's A Man's, Man's World" i „Move Over" na czele, znalazło się zaskakująco dużo polskich utworów. Te najciekawsze to z pewnością: „Nocą puka ktoś", „Jednego serca" i „Dni, których nie znamy".

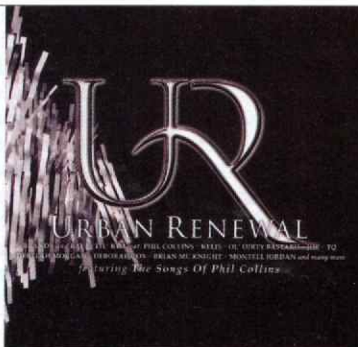
SOUNDTRACK BRIDGET JONES DIARY

Świat opanowała bridgedjonsomania. Książka, gdziekolwiek się ukazuje, staje się bestsellerem. Film nakręcony na jej podstawie również cieszy się dużą popularnością. Słowem sukces. Na sukces liczą również wydawcy płyty z muzyką do tegoż filmu. Zebrali całkiem zacny zestaw wykonawców, który ten sukces ma zapewnić. Wśród nich jest m.in. Gerri Halliwell, która wykonuje promujący album utwór „It's Raining Man", jest też Robbie Williams, Gabrielle i Sheryl Crow. Mimo takich nazwisk, zestaw piosenek jest w istocie jedynie miłą składanką, która ciśnienia raczej nie podnosi. A tak naprawdę zainteresuje głównie fanów Bridget Jones. Tych jednak jest cała masa, więc na sukces album może liczyć spokojnie.



RÓŻNI WYKONAWCY
Urban Renewal

Nie jest dla nikogo tajemnicą, że gatunkiem, który inspirował Phila Collinsa do napisania największych solowych hitów była muzyka soulowa. Ba, niektóre piosenki artysty brzmią wręcz jak stare soulowe klasyki. Nie dziwi więc fakt, że po te piosenki sięgnęli teraz młodzi soulowi artyści zza oceanu. Brandy, Kelis, Montel Jordan, TQ i jeszcze kilku innych postanowili nagrać coś w rodzaju hołdu dla talentu białego Brytyjczyka. Przy nagrywaniu nie musieli się zresztą zbytnio wysilać, gdyż te utwory nawet w oryginalnych wersjach brzmią jakby napisane były właśnie dla nich. Powstał więc jak najbardziej „czarny" album, niemalże klasyka soulowego grania. Trzeba jednak przyznać, że oryginały zaśpiewane przez białego soulmena mają więcej żaru.



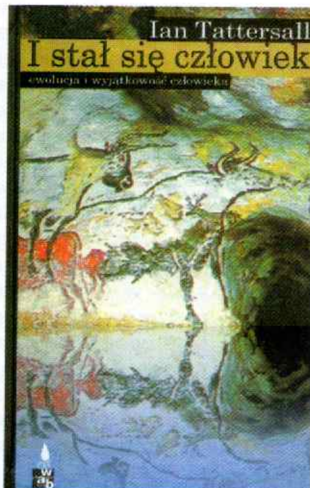
Nowości książkowe

A. Ż.

Ian Tattersall

I STAŁ SIĘ CZŁOWIEK

Wydawnictwo WAB/Cis



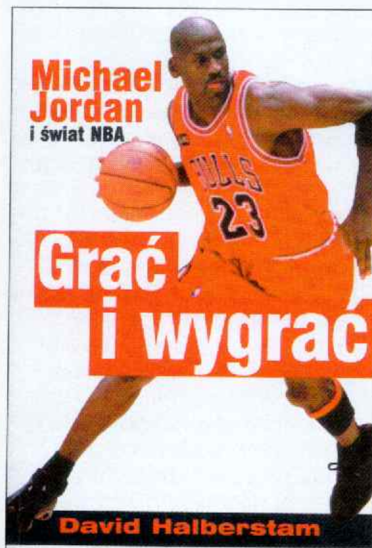
Ian Tattersall (kurator wydziału antropologii Amerykańskiego Muzeum Historii Naturalnej w Nowym Jorku) jest światowej sławy paleontologiem i biologiem ewolucyjnym. Od wielu lat bada zachowania naczelnych. Jest też cenionym ekspertem od skamieniałości i autorem licznych prac naukowych oraz popularnonaukowych. Książkę „I stał się człowiek" przetłumaczono na kilkanaście języków. Pytanie, dlaczego człowiek tak bardzo różni się nawet od swoich ewolucyjnie najbliższych krewnych, zaprząta współczesną naukę od momentu jej narodzin. Tattersall opowiada o historii homo sapiens, o współczesnych naczelnych oraz naszych bezpośrednich przodkach. Podkreśla, jaką rolę w ewolucji gatunku ludzkiego odegrała nieciągłość rozwoju. Lecz równie ważne są w tej książce pytania o sens istnienia człowieka i jego związki z całym żyjącym światem. A na tak postawione pytania trudno chyba o lepszą odpowiedź niż ta, którą daje jej autor.

David Halberstam

GRAĆ I WYGRAĆ. MICHAEL JORDAN I ŚWIAT NBA

Wydawnictwo WAB

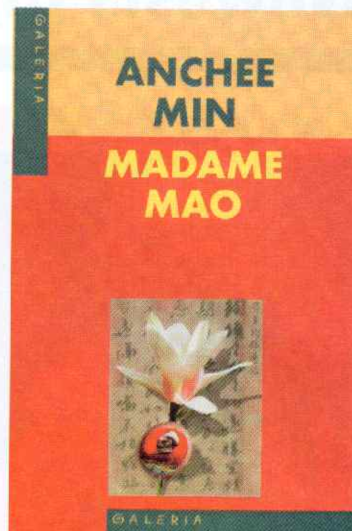
David Halberstam jest jednym z najwybitniejszych współczesnych amerykańskich publicystów i historyków, laureatem nagrody Pulitzera. W latach 60. był korespondentem „New York Timesa" w Wietnamie, w Kongo i w Polsce. Za krytyczne artykuły polskie władze komunistyczne pozbawiły go akredytacji. Sławę w Ameryce przyniosła mu książka „The Best and the Brightest", błyskotliwy fresk poświęcony wojnie w Wietnamie. W swej najnowszej książce autor przedstawia sukces Michaela Jordana na tle historii Ameryki ostatnich 20 lat. Dowiemy się z niej, jak sukces osławionego numeru 23 zmienił oblicze NBA, koszykówki i całego sportu. Swój pisarski talent ujawnia Halberstam w barwnych portretach współtwórców zespołu: Scottiego Pippena, Dennisa Rodmana i trenera Phila Jacksona. Autor ukazuje ich napięte stosunki z właścicielami Chicago Bulls oraz nieoczekiwane konsekwencje sławy, jaką zyskał Jordan. Podobnie jak w innych swoich książkach, Halberstam połączył dystans historyka z dziennikarskim zacięciem i prawdziwą miłością do sportu.



Anchee Min

MADAME MAO

Muza SA

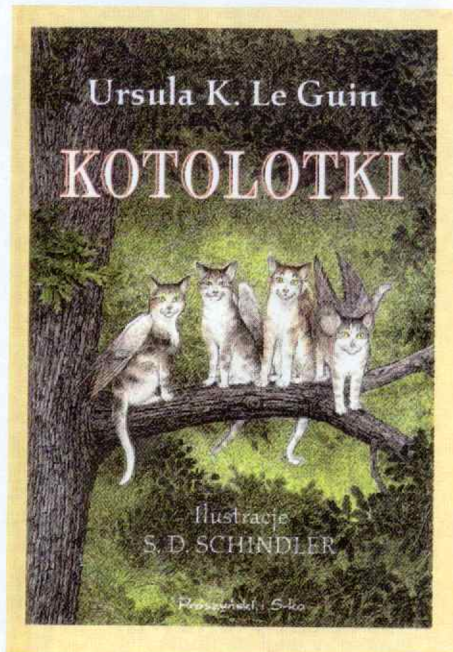


Była nie tylko najpotężniejszą kobietą w Chinach Mao Tse-tunga, ale człowiekiem numer dwa w tym kraju – równie wielkim, co niezrozumiałym dla Europejczyka. W dzieciństwie nazywała się Junhe – Żuraw w Chmurach. Jako młoda aktorka, wsławiona rolą Nory w sztuce Ibsena, była już Lan Ping – Niebieskim Jabłkiem, wreszcie po ślubie z Mao stała się Ciang Cing i pod tym imieniem przeszła do historii. Ciang to rzeka, a Cing – zieleń. Jako Zielona Rzeka występuje w wierszach swego męża. Tę ostatnią zmianę imienia wymusił na niej właśnie Mao, gdyż Lan Ping, aresztowana i torturowana, podpisała deklarację lojalności, wyrzekając się komunizmu. Nie chciała o tym pamiętać – to oczywiste, była przecież najgorliwszą z gorliwych i najwierniejszą z wiernych. Najciekawsze dla nas są opisy jej życia, odkąd zamieszkała w Zakazanym Mieście, gdzie zajęła pawilon zwany Ogrodem Żniw. Mao mieszkał w Ogrodzie Spokoju. Anchee Min sportretowała jedną z najbardziej znaczących kobiet XX w., opowieść swoją rozpoczynając w 1991 r. Ciang Cing miała wtedy 77 lat i oczekiwała na egzekucję. Karę śmierci w drodze łaski zamieniono jej jednak na dożywotnie więzienie. Władze liczyły, że dzięki temu wdowa po Mao, nazwana przywódczynią „bandy czworga", wykaże skruchę. Nie doczekały się.

Ursula K. Le Guin

KOTOLOTKI

Prószyński i S-ka



Pewnego razu kotka mieszkająca w mieście urodziła czworo kociąt. I nie byłoby w tym nic dziwnego, ale kotki te miały... skrzydełka. Korzystając z rzadkiej u kotów umiejętności latania, udają się w świat, aby go poznać. Nie są jednak świadome czyhających na nie niebezpieczeństw. Nawet drapieżne ptaki czują się bowiem zagrożone obecnością latających kotów, które do tego mieszkają w dziupli (!). Urocza książeczka Ursuli K. Le Guin została zadedykowana „wszystkim kotom, które kochałam", i mimo iż autorka napisała ją z myślą o dzieciach, tak naprawdę sięgnąć powinni po nią ci wszyscy dorośli, którym akceptacja czyjejś inności i odrębności sprawia jakikolwiek kłopot. To idealna książka do wspólnej, głośnej lektury z naszym dzieckiem, lektury, która w dobie mediów elektronicznych okazuje się nie do zastąpienia.

Od słowa do słowa

Małgorzata Węgrzecka

Męża trzeba słuchać. Oczywiście nie zawsze, ale w wielu przypadkach zdarza mu się mieć rację. I jeżeli mówi, żeby czegoś nie robić, to nie powinno się tego robić. Cóż... nie ma nic gorszego niż kobiecy upór. Ja się uparłam i miałam za swoje. I mój mąż miał okazję wypowiedzieć sakramentalne – A nie mówiłem?!



M. BRUCHNALSKI

Wszystko zaczęło się od wizyty u przyjaciółki. Wpadłam do niej na kawę i ploty. Najważniejszą częścią spotkania było podziwianie świeżo zakończonego remontu łazienki i kuchni. W niklowanych obliczach kranów wdzięcznie odbijały się dyskretne kafelkowe desenie, gustowne durnostojki subtelnie podkreślały charakter obu pomieszczeń – a to finezyjny wazonik, a to misternie pleciony koszyczek pełen płatków róży, to znowu wymyślny serwetnik w kształcie anioła... Wszystko lśniło czystością, tworzyło wymarzony domowy klimat i, co najważniejsze, robiło odpowiednie, wcale niemałe wrażenie. Trzeba przyznać, że stanęłam na wysokości zadania i dzięki nielichej kindersztubie poskromiłam kipiącą we mnie zazdrość. Wyraziłam stosowne zachwyty, podziękowałam za kawę i w te pędy pognałam do domu.

Wpadłam do łazienki niczym wielka remontowa furia. Superkrytycznym spojrzeniem zmierzyłam centymetr po centymetrze całe pomieszczenie. Lustro wydało mi się jakieś takie matowe, kafelki błagały o zaliczenie ich w poczet zbiorów muzealnych, a baterie... czy to możliwe, że kiedyś miałam taki gust. Poważnie załamana, z nadzieją na pocieszenie, rzuciłam się do kuchni. Prawdopodobnie podczas mojej nieobecności w domu ktoś rzucił jakiś zły czar, bo moja przytulna, urocza, pełna rodzinnego ciepła kuchnia zmieniła się w bezduszną graciarnię. Szafki – niemodne rupiecie, kafelki – pożal się Boże, słoiczki na przyprawy – dziwne, że ktoś kiedyś coś takiego wyprodukował, a krzesła i stół – lepiej nie mówić. Z wrażenia zaparło mi dech w piersiach. To nie do pomyślenia, że do tej pory mogłam mieszkać w takich warunkach. Jak to dobrze, że ma się przyjaciół, którzy czasem otwierają człowiekowi oczy na różne sprawy.

Natychmiast podzieliłam się z mężem moimi jakże celnymi spostrzeżeniami. Niestety, jego chyba też ktoś zaczarował, bo nie zauważył żadnej ze wskazanych przeze mnie niedoskonałości, a nawet wyraził zdecydowaną dezaprobatę, kiedy dowiedział się o konieczności przeprowadzenia remontu. Niczym nie zrażona postanowiłam działać. Następnego dnia odwiedziłam wszystkie znane mi sklepy oferujące zabudowę kuchenną oraz kafelki, baterie, zlewy, stoły, krzesła etc. Pierwsza opracowana przez mnie koncepcja remontowa niestety nie została przyjęta na rodzinnym forum. Kiedy mój mąż usłyszał o pięknej, funkcjonalnej, nowoczesnej, po prostu wymarzonej kuchni za 30 tys. złotych, powiedział, że upadłam na głowę. Mimo szczegółowej ekspertyzy czaszki nie stwierdziłam żadnych obrażeń, jednak moja druga połowa pozostała nieprzejednana. Zmieniłam więc nieco koncepcję. Udało mi się wynegocjować malowanie, wymianę kafelków, odnowienie szafek i dorobienie jeszcze jednej, absolutnie niezbędnej w naszej kuchni.

Przystąpiłam do realizacji. Pełna nadziei i wiary w przyszłość otworzyłam gazetę na właściwej stronie. Oczom moim ukazały się miliony ogłoszeń przeróżnej maści fachowców. To się nazywa kapitalizm – pomyślałam sobie. – Nie to co kiedyś, co to byle hydraulik był jak święta krowa, a nawet lepiej, bo zarabiał niewyobrażalne pieniądze i śmiał się w nos wszystkim inteligentom. Podniesiona na duchu zakreśliłam interesujące mnie ogłoszenia i zaczęłam dzwonić. Pierwszy telefon i od razu sukces. Uroczy męski głos wyraził gotowość okafelkowania zarówno łazienki, jak i kuchni. Umówiliśmy się na 18. Nie przyszedł. Kiedy zadzwoniłam do niego następnego dnia, powiedział, że zapomniał, a poza tym nie może, bo właśnie wyjeżdża z rodziną do Tunezji. Wybrałam więc kolejne ogłoszenie. Tym razem zdecydowałam się na: „Glazurnik abstynent, szybko, tanio i fachowo". Nie było ani szybko, ani tanio, ani fachowo. Wspomniany pan wprawdzie przyszedł, ale jego działalność zakończyła się na potłuczeniu starych płytek. Następnego dnia już się nie pojawił. A kiedy zadzwoniłam zapytać, dlaczego, dowiedziałam się od żony wspomnianego fachowca, że tenże jest na imieninach u kolegi. Pewnie też abstynenta. Potem było już tylko gorzej. Przynajmniej dla mnie, bo fachowcy, z którymi rozmawiałam, śmiali się do rozpuku, kiedy słyszeli, że chodzi mi o położenie 10 metrów glazury i zrobienie jednej szafki kuchennej. Pani kochana – rechotali – na taką robotę to mnie się nie opłaca wychodzić z domu...

Doświadczenia z malarzami i hydraulikami były bardzo podobne. Remont trwał miesiąc. Przez ten czas z pokorą znosiłam fochy fachowców, gigantyczny bałagan i znaczące spojrzenia męża. Cóż... gdybym go posłuchała i dała sobie spokój z tym całym remontem... Ale, jak wiadomo, doświadczenie jest nieprzekazywalne i każdy człowiek uczy się na własnych błędach. Mam więc, czego chciałam – nowe kafelki, szafkę i dość jakikolwiek zmian na długie lata. Zastanawia mnie tylko jedna rzecz – co się zmieniło od czasów socjalizmu? Przecież w dalszym ciągu hydraulik albo inny glazurnik ma więcej pieniędzy ode mnie i robi łaskę, że w ogóle się ruszy, a żeby zarobić „głupie" 1000 złotych, nie opłaca mu się wyjść z domu. I po co mi te studia? ■

Andaluzja – jedyna i niepowtarzalna. Kto wyruszy w głąb najpiękniejszego zakątka Hiszpanii, nigdy już nie zazna spokoju. Zawsze towarzyszyć mu będzie marzenie, by tam powrócić.

Klucze do Andaluzji

Krzysztof Mich

Każdy przyjezdny szuka własnego sposobu – klucza do poznania Andaluzji. Jedni zaczynają od złocistych plaż Costa del Sol czy Almerii. Od wąskich, krętych uliczek i małych kawiarenek, w których, niczym rodowici Andaluzyjczycy, przez długie godziny popijają wino. Inni wyruszają szlakami historii. Zwiedzają zabytki po Rzymianach, Wizygotach, Maurach, oglądają pokazy flamenco lub wybierają się na corridę.

Costa del Sol, która otacza Malagę z obu stron, jest najbardziej rozwiniętym turystycznie regionem w tej części kraju. Wzdłuż morza ciągną się wielopiętrowe hotele, które od lat tłumnie odwiedzają turyści przede wszystkim z Niemiec i Skandynawii. W ostatnich latach coraz chętniej odwiedzane są także plaże Almerii. Ale panujący tam upał, temperatura w cieniu sięga 40°C, sprawia, że rodowici mieszkańcy prowincji chętniej wybierają, nieco chłodniejsze, atlantyckie wybrzeże w okolicach Kadyksu.

Andaluzyjczycy, w przeciwieństwie do mieszkańców północnych prowincji Hiszpanii, chętnie zawierają znajomości z obcokrajowcami. Dużą wagę przykładają do swych wielokulturowych korzeni, ale są także otwarci i przyjaźni. Szczególnym szacunkiem darzą kobiety, co niewątpliwie wiąże się z głęboko zakorzenionym kultem maryjnym.

Od tapasy do tapasy

Jednym ze sposobów poznania rodowitych mieszkańców Andaluzji jest wspólne biesiadowanie przy stole. Dzień rozpoczyna skromny posiłek. Zwykle składa się nań kawa oraz grzanka z dżemem, wędliną lub po prostu maczana w oliwie. Natomiast popołudniowy posiłek jest niezwykle obfity. To swoisty rytuał, na który Andaluzyjczycy poświęcają kilka godzin. Główny posiłek dnia zaczyna przekąska. Obok różnych rodzajów sałat podaje się kilka plasterków suszonej na sposób iberyjski szynki – *jamon iberico* lub podobnej w smaku *jamon serrano*. Czasami owe smakołyki zastępuje inna wędlina – czosnkowa *chorizo*, przypominająca salami *salchichon* czy *morcilla*, podobna do polskiej kaszanki. Najpopularniejszą zupą jest *gazpacho*. To rodzaj chłodnika, którego głównymi składnikami są przecier ze świeżych pomidorów, pokruszony na drobno chleb, jeden lub dwa ząbki czosnku oraz kilka plasterków ogórka i oliwa. Na drugie danie podawane są zwykle grillowane ryby lub duszona wołowina. Prawdziwym rarytasem jest *rabo de toro* – duszony ogon byka. Obok potraw na stole nie może zabraknąć wina, wszak Andaluzja to światowa stolica tak popularnego na świecie *sherry*. Najlepsze gatunki trunku pochodzą z regionów Montilla-Moriles oraz Malagi. Uprawy winogron, z których produkuje się ten szlachetny trunek rozciągają się na powierzchni 15 tys. hektarów. Winnice położone są w dopływach rzek Gwadalkiwir i Gwadalete. Słynne, andaluzyjskie, mocne (15% alkoholu) sherry fino dojrzewa w otwartych beczkach, a w regionie Montilla-Moriles w glinianych naczyniach. Po wstępnym okresie maceracji sherry jest poddawane kupażowaniu czyli leżakowaniu. Następnie wyrównuje się jego smak mieszając wina z różnych beczek – system ten zwany jest *solera*. Najwyżej cenionym szczepem winnym, z którego otrzymuje się sherry jest Pedro Ximenez. W Andaluzji sherry zazwyczaj podawane jest jako aperitif, a do obiadu serwowane są lżejsze wina: Castillo de San Diego, El Condado, Marques de la Sierra lub produkowane na północy kraju wino Rioja.



KRZYSZTOF MICH

Kręte, wąskie uliczki hiszpańskich miasteczek i miast. Kwiaty nie zawsze muszą stać na parapecie

Jedzenie i picia wina, to andaluzyjski sposób spędzania wolnego czasu. Rodowici mieszkańcy prowincji wędrują od baru do baru i w miłym towarzystwie raczą się lampkami wina. Przydrożne bary, tzw. *tapasy*, wywodzą swoją nazwę od talerzyków (*tapa*), którymi barmani przykrywali kieliszki



KRZYSZTOF MICH

Panorama Kordoby. Na pierwszym planie, wielokrotnie poddawany renowacjom i przeróbkom, most z czasów rzymskich

z winem, aby uchronić napój od wszechobecnych w tym klimacie much. Oprócz sherry popularnym trunkiem w prowincji jest brandy – *de jerez*. Winiaki te mają charakterystyczny, delikatny, słodkawy smak i lekko waniliowy aromat. Podawane są same lub z kawą, tzw. *carajillo*. Najsłynniejsze brandy to: 1886, Conde de Osborne, Larios, Luis Felipe i Magno.

Towarzysko usposobieni Andaluzyjczycy chętnie spędzają czas w tawernach, barach i restauracjach, gdzie można się napić i najeść do syta nie płacąc astronomicznych rachunków. „Gdyby ceny były u nas wysokie, to któżby do nas przyszedł?" – mówi Luis Oruezabal Lopez, właściciel popularnej restauracji „Chichito" w Granadzie. Sława najlepszych lokali rozciąga się na całą Hiszpanię. Do niewielkiego miasteczka Baeza ściągają całe tłumy. A to za sprawą restauracji „Juanito", którą odwiedzili, m.in. Antonio Gala i Andres Segovia.

Fiesta, feria i flamenco

Innym kluczem do zrozumienia Andaluzyjczyków jest poznanie ich lokalnych zwyczajów, np. *fiesty*. Polakom nieodmiennie kojarzy się ona z odpustem, ponieważ wiąże się ze świętami religijnymi. Tradycja organizowania fiesty szczególnie mocno zakorzeniona jest w okolicach Kordoby i Jaen. Okres zabawy rozpoczyna majowe święto Dnia Krzyża. Wówczas bractwa religijne i mieszkańcy dekorują krzyże kwiatami. Wokół nich ustawiane są stoły i rozpoczyna się wspólne biesiadowanie i tańce, do których przygrywają ludowe kapele. Również w maju organizowany jest Festiwal Patiów, podczas którego wybierane jest najładniej udekorowane patio miasta. Natomiast pod koniec maja rozpoczyna się tzw. *feria*. Turyści mogą wówczas podziwiać mieszkańców, którzy ubrani w tradycyjne andaluzyjskie stroje gromadzą





KRZYSZTOF MICH

Jeden ze skwerów w Jaen. Egzotyczne palmy wtopione w miejski krajobraz

się na placu targowym. Najbardziej malownicze, a zarazem najsłynniejsze są Feria de Abril w Sewilli oraz w Kordobie.

Corrida, to kolejne widowisko wryte w hiszpańską tradycję. Wielu obcokrajowcom trudno jest zrozumieć rozgrywający się na arenie krwawy spektakl. Wydaje się, że temperament Andaluzyjczyków lepiej, a na pewno mniej krwawo, oddaje *flamenco*. Taniec ten stworzyli Cyganie. Niepowtarzalność flamenco wiąże się z tym, że jego twórcy przez długi czas byli pod wpływem tradycji hinduskich, arabskich, żydowskich, a później także hiszpańskich. Przeszło 300 lat temu flamenco podbiło niemal cały świat. Miejscowi znawcy twierdzą, że najlepsze zespoły wywodzą się z Kordoby, ale w całej Andaluzji nie brakuje *tablao*, czyli klubów flamenco. W nich specjalnie dla turystów organizowane są pokazy tańca, któremu rytm nadaje gitara, klaskanie i wystukiwanie obcasami. I będąc w Andaluzji nie można pominąć tej atrakcji, tym bardziej, że coraz rzadziej spotyka się *bailaores* – tancerzy, którzy tańczą wraz z kastanietami. Pełny przegląd stylów i grup tanecznych można obejrzeć podczas festiwali. W lipcu organizowany jest Międzynarodowy Festiwal Gitarowy w Kordobie, zaś pod koniec czerwca w Granadzie odbywa się Międzynarodowy Festiwal Muzyki i Tańca.

Pałace i ogrody

Miłośnikom historii i wędrówek jej szlakami wyprawa do Andaluzji sprawi wiele satysfakcji. Fascynujące zabytki, jakie napotkać można w prowincji, datowane są na wiele lat przed narodzinami Chrystusa. Kamienne narzędzia znalezione w okolicy Kadyksu świadczą, że człowiek na tych terenach osiedlił się dawno temu. Mieszkali tu Fenicjanie oraz Grecy, którzy prowadzili handel wymienny z Iberami. Po nich, 200 lat przed Chrystusem, pojawili się Rzymianie ze swą zaawansowaną techniką budowlaną. Jej przykładem jest wielokrotnie już przebudowywany, ale ciągle używany most w Kordobie. Później region ten opanowali Wizygoci, których w VIII w. wyparli Arabowie. To właśnie im Andaluzja zawdzięcza nazwę (w języku arabskim – Al Andalus) oraz znaczące miejsce w średniowiecznej Europie. Zdobyła je dzięki utworzeniu w Kordobie niezależnego kalifatu – centrum sztuki i nauki, który roztaczał swój wpływ na cały basen Morza Śródziemnego. Wówczas w Andaluzji zgodnie żyli Arabowie, Żydzi i Chrześcijanie, a czasy te oddają wspaniałe pamiątki architektoniczne. Pałace i ogrody Generalife i Alhambry w Granadzie co pół godziny przyciągają kolejnych 300 szczęśliwców, którym udało się zdobyć bilety. Prawdziwym cudem architektury w Kordobie jest niepowtarzalna Mezquita – dawniej meczet, dziś chrześcijańska katedra. Innym świadectwem przepychu arabskiej architektury są słynne łaźnie Baños Arabes w Jaen. Będąc tam warto zajrzeć do górującej nad miastem arabskiej twierdzy, dziś zwanej Castillo de Santa Catalina. Nieopodal Jaen znajdują się dwa malowniczo położone miasteczka – Ubieda i Baeza, w których wytrwały turysta napotka wspaniałe przykłady renesansowej architektury hiszpańskiej.



KRZYSZTOF MICH

Cud architektury arabskiej – dziedziniec i dzwonnica meczetu Mezquitca. Dziś mieści się tu chrześcijańska katedra

W Andaluzji każdy znajdzie coś dla siebie. Niezapomniane widoki gajów oliwnych, które ciągną się przez całą drogę z Kordoby do Jaen. Ciepły klimat i wspaniałe krajobrazy wybrzeża, stwarzają idealne warunki do uprawiania wszelkich sportów wodnych. Miłośnicy białego szaleństwa mogą w górach Sierra Nevada oddawać się swej pasji aż do wczesnej wiosny. Ekologów przyciągają do Andaluzji parki narodowe z muflonami, orłami przednimi i orłosępami brodatymi. Kolekcjonerzy z radością udają się na poszukiwanie oryginalnych wyrobów rzemieślniczych z tłoczonej skóry, malowanej ceramiki czy wyrobów wiklinowych. Kluczy do poznania Andaluzji jest tak wiele...

Informacja turystyczna
„Oficina Española De Turismo"
tel. 0-04930 882 65 43

profit

KLM
Królewskie Holenderskie Linie Lotnicze
Uczestnicy programu Idea Profit i ich najbliższe rodziny mogą korzystać z **5% zniżki** na bilety lotnicze.
Warszawa – Lotnisko Okęcie, ul. Żwirki i Wigury 1, tel. (0-22) 622 80 00
Poznań – Blue Sky Travel, ul. Roosvelta 2, tel. (0-61) 841 09 00
Wrocław – Dextour, ul Piłsudskiego 64/66, tel. (0-71) 372 51 67

Centralne Biuro Rezerwacji HERTZ
Od 25% zniżki na wynajem samochodów w 150 krajach świata.
Infolinia: + 48 502 143789, 0-800 143789

Abonenci sieci Idea mogą korzystać w Hiszpanii z naszych roamingowych partnerów:
- **Airtel**
- **Retevision-Amena**
- **Telefonica Moviles-Movistar**

Szczegółowe informacje www.idea.pl

Łódź, jak pisał Reymont, to miasto nieograniczonych możliwości, miejsce gdzie ścierały się kultura, wpływy i przedsiębiorczość Polaków, Żydów, Niemców i Rosjan.

MODA ziemi obiecanej

JAN KOSIERADZKI

Dziewiętnastowieczna Łódź skazana była na sukces. Szczęśliwe położenie – prawie dokładnie na liniach łączących południe Europy z północą, bogate przestrzenie carskiej Rosji z kapitalizmem i kulturą Zachodu – pozwalało optymistycznie myśleć o przyszłości miasta. Przez kilka dziesięcioleci powstawały tu fortuny mogące konkurować z bogactwem mitycznego króla Midasa. Fabryki, banki, całe kamienice i pałace wyrastały jak grzyby po deszczu w złotych czasach koniunktury XIX wieku. Tak jak bogactwo wielu miast na świecie zostało zbudowane na węglu, ropie, złocie czy zbożu, bogactwo Łodzi zbudowano na bawełnie i wełnie.

Przemysł włókienniczy przesądził o wyglądzie miasta. Dymiące kominy i ogromne, ceglane hale fabryk, szare rzędy kamienic robotniczych dzielnic, a obok – w centrum miasta – przebogate, eklektyczne pałace i domy. Ulica Piotrkowska, pełna luksusowych sklepów i restauracji, była jednocześnie główną i najdłuższą ulicą w mieście. W Łodzi można było kupić najlepsze ubrania, biżuterię i meble. Znajdowały one nabywców, mimo załamań koniunktury, aż do wybuchu I wojny światowej. Ten kipiący żądzą bogactwa i władzy świat plastycznie przedstawił Andrzej Wajda w „Ziemi obiecanej".

Polscy chłopi zaprzęgnięci do pracy przy maszynach tkackich, zubożali szlachcice szukający odmiany losu w „nowej" gospodarce, Niemcy i Żydzi. Bezwstydne bogactwo i zatrważająca bieda. Tygiel języków – polskiego, rosyjskiego, niemieckiego i jidisz. Dwie wojny światowe zmiotły z powierzchni ziemi tę międzynarodówkę dostatku i biedy. Tym samym przestała istnieć Łódź wielu kultur i jednego wspólnego wyznania – pieniądza.

Została po niej barwna historia i wspaniała architektura.



Skrzyżowanie ul. Zielonej z ul. Spacerową (obecnie al. Kościuszki)

BE&W



Fabryka Izraela K. Poznańskiego Powstała w latach 1872-1890

BE&W



Nowy Rynek. Obecnie Plac Wolności

BE&W



Park Karola Anstadta założony w 1885 r. przy ul. Północnej 36

BE&W

Zakład krawiecki Bloku Wschodniego

Po II wojnie światowej nadszedł czas ulepszania świata. Do sklepów na Piotrkowskiej nie wróciły najlepsze towary, a do fabryk dawni właściciele. Nowy, państwowy właściciel nie myślał o przywróceniu do życia sławnych łódzkich marek. Ale nie wszystko zmieniło się na gorsze.

Na Politechnice Łódzkiej powstał Wydział Włókienniczy, który kształcił specjalistów z zakresu technologii tkactwa oraz przemysłu lekkiego. Absolwenci tej uczelni stanowili całą kadrę naukowo-kierowniczą branży odzieżowej. Znakomita Państwowa Wyższa Szkoła Sztuk Plastycznych kształciła specjalistów, którzy stworzyli polską szkołę wzornictwa przemysłowego. PWSSP kontynuowała tradycje awangardy plastycznej lat 30.: Katarzyny Kobro, Władysława Strzemińskiego, a następnie Henryka Stażewskiego. Łódź zdobyła miano miasta sztuki nowoczesnej, stolicy polskiej mody i przemysłu odzieżowego.

Powojenne fabryki nadal bazowały przeważnie na starym, dziewiętnastowiecznym parku maszynowym, a ich modernizację wymusiły dopiero zamówienia z Krajów Demokracji Ludowej. Łódź musiała zaopatrzyć nie tylko ogromny rynek krajowy lecz także ZSRR, Rumunię, Bułgarię czy Kubę.

Zapaść i odrodzenie

Jakość wzornictwa i wykonania mogła budzić zastrzeżenia, jednak łódzkie fabryki nie narzekały na brak zamówień. Sytuacja zmieniła się drastycznie wraz z otwarciem polskiej gospodarki na świat. Skończyły się zamówienia, zaczęły poważne kłopoty. Park maszynowy okazał się przestarzały, organizacja pracy archaiczna, a wzornictwo nieciekawe. Pojawiła się konkurencja z zagranicy, która podobnych problemów nie miała. Sławne zakłady, domy mody oraz instytucje związane z branżą odzieżową zaczę-

ły z trudem wiązać koniec z końcem. Dawna awangarda mody wschodnioeuropejskiej musiała natychmiast przystosować się do nowych warunków. Jednym udało się to lepiej, innym gorzej. Zakłady będące dumą polskiego przemysłu – Wólczanka, Pabia, Próchnik, Telimena, 9 Maj, Harnam – przeszły, bądź dopiero przechodzą reorganizację i przyśpieszoną kurację odmładzającą.

Przy okazji, niezauważone, wyrosły w szybkim tempie małe firmy i manufaktury. Takie marki jak TOK, MMC, Hexeline, PAWO, Pamotex, Ortis i wiele innych awansowały do czołówki odzieżowej branży i same zaczęły kreować modę. Co warto podkreślić, wszyscy wymienieni silnie czerpali z miejscowej tradycji.

Łódź jest prawdziwym zagłębiem przemysłu odzieżowego. Materiały, opakowania, metki, manekiny, guziki i dodatki, nici, przedstawicielstwa międzynarodowych i krajowych producentów, bielizna, dziewiarstwo, futra i skóry – cały przemysł i rzesza ludzi pracujących przy odzieży.

MAGAZYN

HENRYKA SCHWARZA

NOWOŚCI NA LATO

1912

ETAMINE,

TAFFETAS

GLACÉ

KOSTJUMY LETNIE.

ARCHIWUM AUTORA

Nowe gwiazdy branży odzieżowej

Władze Łodzi starają się, utrzymać wizerunek miasta jako stolicy polskiej mody oraz kontynuować tradycje włókiennicze. Dlatego współpracują z kuźnią projektantów polskich – łódzką Akademią Sztuk Pięknych, oraz Krajową Izbą Mody i Centrum Promocji Mody. Te dwie ostatnie instytucje pomagają w zarządzaniu i reklamie producentom i projektantom z całej Polski. Jedną z łódzkich inicjatyw promocyjnych jest, wymyślony w latach 90., konkurs dla projektantów ubioru „Złota Nitka". Sponsorowany przez znamienite firmy polskie, jest wydarzeniem w branży mody. Konkursowi przyświeca cel wypromowania na rynku młodych i uzdolnionych polskich designerów odzieżowych.

Łódź dochowała się wielu talentów. Małgorzata Czudak, Ilona Majer i Michał Michalak tworzą spółkę autorską MMC. Ten młody zespół może pochwalić się współpracą z kilkunastoma ważnymi firmami odzieżowymi w Polsce, śmiałymi kolekcjami autorskimi oraz modelami projektowanymi na zamówienie różnych firm. Wszystkie prace MMC łączy znakomite wzornictwo, zawsze wyważone i dostosowane do potrzeb klientów.

Spory sukces na rynku krajowym odniosła firma Hexeline Państwa Zawadzkich. Hexeline to znakomite połączenie nowoczesnego wzornictwa i doskonałego marketingu. Firma utworzyła sprawnie działającą sieć salonów z kompleksową ofertą, co zaowocowało wzmocnieniem pozycji marki.

Z kolei PAWO to firma szyjąca konfekcję dla nowoczesnych mężczyzn. Garnitury i płaszcze są świetnie skrojone i skomponowane z tkaninami. Kolekcje PAWO nawiązują do wiodących trendów w światowej modzie męskiej.

W Wólczance projektuje znakomicie czujący i kochający modę Andrzej Foder – absolwent PWSSP. Na wspomnienie zasługuje jeszcze sporo nazwisk. Być może ich sława niedługo wyjdzie poza środowisko związane z branżą odzieżową.

Młodzi projektanci są spragnieni sukcesu i dlatego z determinacją walczą o uznanie na rynku. Miasto ma szczęście do takich ludzi. Zasługa w tym zwłaszcza Wydziału Tkaniny i Ubioru tutejszej ASP, której kadra umiejętnie roznieca płomyczki talentu młodzieży.

W historii „nowej" Łodzi najważniejsze jest jednak to, że kolejne pokolenia entuzjastów kultywują sławne tradycje miasta, że z powodzeniem wskrzeszają wizerunek stolicy polskiej mody. Oni sami budują w Łodzi swoją „ziemię obiecaną".

profit

Zapraszamy na zakupy z kartą Profit:

DENI CLER, sklepy na terenie całego kraju – 8% zniżka na wszystkie towary

MAX MARA, Warszawa, ul. Świętokrzyska 14 - 5% rabatu na wszystkie towary

OLSEN COLLECTION, sklepy na terenie całego kraju – do 20% rabatu na wszystkie towary

PALMERS, Warszawa: Galeria Mokotów, Reduta, Panorama – do 10% rabatu na wszystkie towary

TOM TAILOR, sklepy na terenie całego kraju – do 20% rabatu na wszystkie towary

*rabaty nie dotyczą towarów objętych inną promocją

Telefon programu: *300 (z tel. w sieci Idea), +48 501 400 300 (z dowolnego telefonu)

Kiedy zaczynają kwitnąć pierwsze bzy w przydomowych ogrodach i na działkach zaczyna się wiosenna krzątanina. Wówczas z najgłębszych zakamarków wyciągane są grille. Wokół nich przez najbliższe miesiące toczyć się będzie towarzyskie życie.

KUCHNIA pod chmurką

AGNIESZKA GUZEK

Grill na dobre zagościł w Polsce 10 lat temu. Nostalgicznie snujący się dymek i towarzyszące mu aromatyczne zapachy przekonują nawet największego sceptyka grillowej kuchni. A zwolennicy jadła z rusztu tylko czekają na pierwsze ciepłe dni i wraz z nimi rozpoczynają sezon. Polacy rozkochali się w ogrodowych biesiadach i dziś nikogo już nie dziwi szeroki wybór rusztów oraz grillowych akcesoriów. Opał i różnego rodzaju rozpałki dostać można niemal w każdym sklepie, począwszy od supermarketów, a skończywszy na stacjach benzynowych. Dla amatorów wycieczek przeznaczony jest lekki, wykonany z aluminium, grill turystyczny. Żeliwne, większe i stabilniejsze grille doskonale nadają się do ogrodów. Zazwyczaj producenci wyposażają je w poręczne półki oraz dołączają szereg przydatnych akcesoriów: szczypce, szpikulce, łopatki. Najbardziej profesjonalne są duże, budowane w ogrodach grille stacjonarne. Można się rozwodzić nad zaletami i wadami różnych grilli, ale w rzeczywistości równie smaczne są potrawy przygotowane na grillu aluminiowym co żeliwnym. Sekret dobrego grillowania tkwi bowiem w opale, ponieważ to dzięki niemu potrawy zyskują swój smak i aromat. Najlepszy jest naturalny węgiel drzewny, zaś na rozpałkę doskonale nadają się drobne szczapy suchego drewna lub tzw. rozpałki ekologiczne – tabliczki specjalnie sprasowanych wiórów drzewnych. Można także skorzystać z odpornych na wilgoć specjalnych rozpałek w płynie, ale zamiast naturalnego aromatu drzewa dookoła roztaczać się będzie nieprzyjemna woń chemikaliów.


BE&W

Kiedy węgiel drzewny pokrywa cienka warstwa białego popiołu czas rozpocząć grillowanie. Do pieczenia na grillu nadają się wszystkie mięsa, podroby oraz ryby, a także warzywa (zwłaszcza papryka i ziemniaki) i owoce. Potrawy z grilla są soczyste, nie tracą swoich wartości odżywczych, a ponadto mogą być przygotowywane bez tłuszczu. Podczas grillowania węgiel powinien żarzyć się równomiernie, dzięki czemu potrawy będą piekły się krótko i zachowają bogactwo aromatu. Warto je często smarować marynatą i polewać piwem. To dzięki marynacie mięso jest kruche, a zarazem soczyste.

Marynaty przygotowywuje się zazwyczaj na bazie octu, soku z cytryny i wina z dodatkiem przypraw zmiękczających mięso – liści laurowych, ziela angielskiego, kolendry, gorczycy. Można dodać także pieprz czarny, goździki, majeranek, tymianek, paprykę oraz jagody jałowca. Przyprawy są używane w kuchni od niepamiętnych czasów. Pierwsze zagościły na stołach kminek, mak i arcydzięgiel. Wierzono wówczas w lecznicze działanie przypraw. Dziś już wiadomo, że nie mają zbyt dużych wartości odżywczych, ale działają konserwująco i podnoszą walory smakowe nawet bardzo prostych dań. Dobór przypraw zależy od indywidualnych upodobań. Jeżeli tworzenie własnej kompozycji przypraw i ziół stwarza nam kłopoty, można korzystać z gotowych mieszanek. Coraz większą popularnością cieszą się kompozycje przyprawowe, które obok tradycyjnych ziół zawierają także kawałki suszonych owoców i warzyw.

Najlepszym dodatkiem do mięs są pieczone ziemniaki, ale można także podać pieczywo lub ryż ugotowany na sypko. Nie może jednak wśród dodatków zabraknąć, dziś już wszędobylskiego, ketchupu. Sos ten wywodzi się z amerykańskiej kultury kulinarnej. Do Anglii przywędrował z kolonii i rozpowszechnił się na całą Europę. Nazwa wywodzi się z malajskiego słowa „Keczap" – sos rybny. Tym mianem określano niegdyś w Anglii różnego rodzaju zimne sosy, począwszy od ostrygowego, poprzez pieczarkowy, a skończywszy na orzechowym. Intensywny, pomidorowy smak ketchupu doskonale współgra z pieczonym na ruszcie mięsem.

CEBULA NADZIEWANA Z RUSZTU

Składniki na 4 porcje:
8 mniejszych lub 4 duże cebule
8 dag chudego, wędzonego boczku
15 dag mięsa z białej kiełbasy
10 dag pieczarek
2 łyżki oleju
1 łyżka przyprawy prowansalskiej
biały pieprz

Cebule obrać. Usunąć miąższ łyżeczką do wydrążania ziemniaków aż do trzeciej zewnętrznej warstwy i posiekać. Wydrążone cebule należy obgotować przez 6-10 min. we wrzącej, osolonej wodzie, odcedzić i odsączyć. Boczek trzeba pokroić w kostkę, przesmażyć na oleju, aż do lekkiego zarumienienia. Następnie należy dodać posiekaną cebulę i smażyć jeszcze przez 3 min. Pieczarki umyć, oczyścić, posiekać i dodać do boczku i cebuli. Przyprawić solą, pieprzem oraz ziołami prowansalskimi i dusić jeszcze 5 min. na małym ogniu. Kiełbasę wymieszać z lekko ostudzoną masą grzybową i nadziać na cebulę. Każdą cebulę należy zawinąć w kilkakrotnie złożoną aluminiową folię posmarowaną olejem i piec przez 20 min, na grillu opalanym węglem drzewnym.

SZASZŁYK Z JAGNIĘCINY


BE&W

Składniki na 4 porcje:
60 dag jagnięciny z udźca lub combra
5 łyżek oleju
5 ząbków czosnku
2 czerwone papryki
2 pory (biała część)
1 łyżeczka słodkiej papryki
2 gałązki szałwii lub suszone listki szałwii
sok z cytryny, sól

Mięso należy obrać z tłuszczu i powięzi, pokroić w kostkę o boku 4 cm. Zamarynować na noc w 3 łyżkach oleju, soku z cytryny i 3 przeciśniętych przez praskę ząbkach czosnku. Do marynaty trzeba również włożyć gałązkę szałwii. Następnie należy oczyszczone i umyte pory i papryki pokroić na kawałki – powinno ich być tyle, ile jest kostek mięsa. Na posmarowane olejem szpadki należy nabijać kolejno: mięso, kawałki pora, papryki i listek szałwii oderwany z gałązki. Pozostałe ząbki czosnku należy zmiażdżyć i wymieszać z 2 łyżkami oleju i słodką papryką. Tak otrzymaną mieszanką posmarować szaszłyki. Piec na grillu, co 3-4 minuty obracając, tak aby szaszłyki podrumieniły się z 4 stron. Gotowe szaszłyki należy jeszcze lekko oprószyć solą oraz szałwią.

Potrawy, na które podano przepisy znajdują się w książce „Przekąski gorące" Barbary Bytnerowicz, wydawnictwo VATRA.

jeszcze niższe rachunki

najtańszy WAP 15 gr/min

najtańsze sms-y 15 gr*

Co Druga Minuta GRATIS

Co Druga Minuta Gratis zaczyna działać po drugiej minucie połączenia

Motorola T205: WAP, alarm wibracyjny, animacje, czytelne menu, zegar z budzikiem, kalendarz, kalkulator

Tylko u nas usługa Co Druga Minuta Gratis, wyjątkowo tanie SMS-y, niewykorzystane bezpłatne minuty połączeń przechodzące na następny miesiąc i najniższa stawka za minutę WAP-owania! A jakby tego było mało, teraz oferujemy Ci jeszcze telefon Motorola T205 - nowoczesny i wyjątkowo prosty w obsłudze - za jedyne 20 zł netto.



Motorola T205
20,- netto



optymalny wybór, niskie rachunki

www.idea.pl 0 800 123456

* Szczegóły oferty w punktach sprzedaży

Wszędzie z **Tobą**

Kiedy tęsknisz za swoim dzieckiem, które jest na wakacjach, i kiedy z dumą myślisz, że już jest samodzielne. Kiedy jedziesz je odwiedzić i kiedy jesteście razem. Kiedy odpoczywasz i kiedy pracujesz. Nawet wtedy, gdy myślami jesteś zupełnie gdzieś indziej. W każdej chwili i w każdej sytuacji masz zawsze zasięg i cyfrową jakość połączeń w sieci Idea.



Ciągle nowe pomysły



www.idea.pl 0 800 123456